

PLANO DE CURSO

Campo 1

CURSO: ENGENHARIA AMBIENTAL

MODALIDADE: PRESENCIAL

DISCIPLINA: ADMINISTRAÇÃO, EMPREENDEDORISMO E NEGÓCIOS AMBIENTAIS.

CARGA HORÁRIA: 60 HORAS

CRÉDITOS: 3

ANO: 2020

SEMESTRE DO CURSO: 8º

PROFESSOR: LIDIANE DE VILHENA AMANAJÁS MIRANDA

TURMA: EAM 12.3

Campo 2

OBJETIVOS DA DISCIPLINA

Discutir e entender a Administração e o Empreendedorismo relacionados aos negócios ambientais. Oportunizar aos alunos conhecimentos sobre gerenciamento e empreendedorismo, que podem servir de base para a constituição de novos negócios no segmento ambiental.

Campo 3

EMENTA

Gestão de negócios: desenvolvimento histórico da administração, a gestão empresarial, o novo contexto em que as empresas operam, as áreas funcionais e os seus subsistemas, empresas de excelência.

Gestão estratégica: atitudes das organizações, contextos organizacionais, planejamento estratégico e administração estratégica, pensamentos em administração estratégica (grandes enfoques), o escopo das organizações, estratégias e forças competitivas, certezas para lidar com incertezas, a competição, metodologia para elaboração e implementação de planejamentos estratégicos, estudo de casos.

Gestão de marketing: gestão de marketing, orientações da empresa para o mercado, sistema de informações de marketing, planejamento estratégico de marketing, posicionamento da oferta, produto, composto de produtos, desafios enfrentados pelas empresas no desenvolvimento de novos produtos, preço, comunicação, praça, informação e controle de marketing, gerência de pessoal de vendas, marketing digital.

Campo 4

COMPETÊNCIAS / HABILIDADES A SEREM DESENVOLVIDAS ATRAVÉS DA DISCIPLINA

Entender os conceitos e fundamentos da Administração.

Compreender gestão de Negócios, gestão estratégica e gestão de marketing.

Entender o surgimento de Empreendedorismo.

Visualizar o gerenciamento e empreendedorismo no segmento ambiental.

Campo 5

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Apresentações: professor, alunos, conteúdo programático, método pedagógico, critério de avaliação, bibliografia e objetivos.

1. UNIDADE

Introdução à Administração

7

2. UNIDADE

Gestão de negócios

8

3. UNIDADE

Gestão de Qualidade

7

4. UNIDADE

Gestão de Marketing

7

5. UNIDADE

Gestão Estratégica

8

6. UNIDADE Gestão em projetos de engenharia Ambiental	8
7. UNIDADE Empreendedorismo	8
8. UNIDADE Empreendedorismo no segmento ambiental	8

Campo 6

ESTRATÉGIAS DE ENSINO

Aulas expositivas – dialogadas e com apoio de material previamente preparado. E também sugestão de material complementar de leitura como forma de estimular e orientar o desenvolvimento pessoal dos alunos.

Leitura e comentários – os alunos deverão ser estimulados a refletir sobre o tema objeto da aula, propiciando assim um aprendizado mais efetivo.

Trabalho individual ou em grupo intra e extraclasse, estimulando-se o debate em sala.

Campo 7

AVALIAÇÃO	CONTEÚDO (UNIDADES)	TIPO DE AVALIAÇÃO
1ª Avaliação Parcial	Unidades 1, 2, 3, 4	ESCRITA
2ª Avaliação Parcial	Unidades 5, 6, 7, 8	ESCRITA
Avaliação Final	Todas as unidades	ESCRITA

Campo 8

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- ANSOFF, H. Igor. Administração estratégica. São Paulo: Atlas, 1990.
- BATEMAN, T.S.; SNELL, S.A. Administração: construindo a vantagem competitiva. São Paulo: Atlas, 1998.
- CHIAVENATO, Idalberto. Introdução à Teoria Geral da Administração. 2ª ed. Revista e atualizada. Rio de Janeiro, Campus, 2000.
- CURY, Antonio. Organização e métodos: perspectiva comportamental e abordagem contingencial. São Paulo, Atlas, 1993.
- FAYOL, Henri. Administração industrial e Geral. São Paulo, Atlas, 1994.
- KOTLER, P. Administração de marketing. São Paulo: Prentice-Hall, 2000.
- KOONTZ, Harold; O'DONNELL, Cyril. Princípios de Administração. São Paulo, Pioneira, 1962.
- MINTZBERG, H. et al. Safári de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico. Porto Alegre: Bookman, 1997.
- TAYLOR, Frederick Wislow. Princípios de Administração científica. São Paulo, Atlas, 1979.

Campo 9

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- COLLINS, J.C.; PORRAS, J. I. Feitas para durar: práticas bem-sucedidas de empresas visionárias. São Paulo: Rocco, 1995.
- CZINKOTA, M.R. et al. Marketing: as melhores práticas. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- GUEMAWAT, P. A estratégia e o cenário dos negócios: texto e casos. Porto Alegre: Bookman, 1997..

Campo 10

ALTERAÇÕES / JUSTIFICATIVAS

Pequenas alterações da ementa, com o propósito de atualizar com as temáticas atuais.

Profª. LIDIANE MIRANDA.