



Projeto Pedagógico do Curso
Superior de Tecnologia de
Gestão Comercial da
FACULDADE J&F

PPC Gestão Comercial

2025

MANTENEDORA	Instituto J&F
CNPJ	10.619.284/0001-52
ENDEREÇO	Rua Irineu José Bordon, 335, Parque Anhanguera, São Paulo – SP, 05120-060
TELEFONE	(11) 3623-6000
E-MAIL	controladoria@institutojef.org.br
REPRESENTANTE LEGAL	Joesley Mendonça Batista

MANTIDA	Faculdade J&F
PORTARIA DE CREDENCIAMENTO	Nº 343 de 09/04/2024, DOU pag.15 de 11/04/2024 CI-EaD: 4
ENDEREÇO	Rua Irineu José Bordon 335, Parque Anhanguera, São Paulo – SP, 05120-060
TELEFONE	(11) 3623-6000
DIRETOR	Luiz Lázaro de Magalhães Filho
E-MAIL	controladoria@institutojef.org.br luiz.filho@institutojef.org.br

SUMÁRIO

1	<u>Apresentação</u>	7
2	<u>Identificação do curso</u>	8
3	<u>Processo de ingresso</u>	8
4	<u>Políticas institucionais no âmbito do curso</u>	9
4.1	<u>Ensino: protagonismo do estudante e valorização da prática para um aprendizado significativo</u>	9
4.2	<u>Práticas investigativas, iniciação científica e inovação tecnológica</u>	10
4.3	<u>Extensão: valorização da diversidade, do meio ambiente, da memória cultural, da produção artística e do patrimônio cultural e ações afirmativas de defesa e de promoção dos direitos humanos e da igualdade étnico-racial</u>	13
4.3.1	<u>Extensão: desenvolvimento econômico e responsabilidade social</u>	14
5	<u>Histórico da IES e do curso</u>	17
5.1	<u>Mantenedora: Instituto J&F</u>	17
5.2	<u>Mantida: Faculdade J&F</u>	20
5.3	<u>Histórico do curso</u>	21
5.4	<u>Contextualização local, regional e nacional</u>	22
5.4.1	<u>Educação, trabalho e renda</u>	22
5.4.2	<u>O setor comercial</u>	33
5.4.3	<u>Mercado consumidor</u>	34
5.4.4	<u>O Ensino Superior no Brasil</u>	35
5.5	<u>Justificativa do curso</u>	39
6	<u>Objetivos do curso</u>	39
6.1	<u>Objetivo geral</u>	39
6.2	<u>Objetivos específicos</u>	40
7	<u>Perfil do egresso</u>	41
7.1	<u>Competências profissionais</u>	43
7.2	<u>Campo de atuação</u>	43

8	<u>Estrutura curricular</u>	44
8.1	<u>Matriz curricular – Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial</u>	47
8.2	<u>Requisitos legais da matriz curricular</u>	49
8.2.1	<u>Educação das relações étnico-raciais e cultura afro-brasileira, africana e indígenas</u>	49
8.2.2	<u>Educação ambiental</u>	49
8.2.3	<u>Educação em Direitos Humanos</u>	50
8.3	<u>Componentes curriculares</u>	50
8.4	<u>Ementário e bibliografia</u>	51
8.5	<u>Flexibilidade curricular e interdisciplinaridade</u>	52
9	<u>Metodologias de ensino e de aprendizagem</u>	54
9.1	<u>O aluno sob uma visão holística</u>	55
9.2	<u>Aprendizagem ativa e significativa</u>	56
9.3	<u>Práticas de aprendizagem e avanços tecnológicos</u>	58
9.4	<u>Aplicações práticas no âmbito do curso</u>	60
10	<u>Apoio ao discente</u>	61
10.1	<u>Apoio psicopedagógico, inclusão e acessibilidade</u>	62
10.2	<u>Empregabilidade e desenvolvimento de carreira</u>	65
10.3	<u>Programa de nivelamento e equalização de conhecimentos essenciais</u>	66
10.4	<u>Acompanhamento de egressos</u>	67
10.5	<u>Organização estudantil</u>	69
10.6	<u>Programa de monitoria</u>	69
10.7	<u>Intermediação e acompanhamento de estágios não obrigatórios remunerados</u>	70
11	<u>Práticas inovadoras</u>	70
11.1	<u>Gestão da aprendizagem</u>	71
11.2	<u>Projetos aplicados e flexibilização curricular</u>	72
11.2.1	<u>Desafios reais de negócios (projetos aplicados)</u>	72
11.2.2	<u>Flexibilização curricular</u>	73

11.3	<u>Desafios reais e mentoria</u>	73
11.4	<u>Abordagem didática baseada na resolução de desafios reais de negócios</u>	76
11.5	<u>Espaços corporativos de aprendizagem</u>	77
11.6	<u>Desenvolvimento de competências profissionais</u>	79
12	<u>Atividades complementares</u>	81
13	<u>Gestão acadêmica do curso</u>	82
13.1	<u>Gestão do curso e os processos de avaliação interna e externa</u>	83
13.2	<u>Coordenação do curso</u>	85
13.3	<u>Atuação do Colegiado de Curso</u>	88
13.4	<u>Núcleo Docente Estruturante (NDE)</u>	89
14	<u>Equipe multidisciplinar</u>	91
15	<u>Corpo docente e tutorial</u>	94
15.1	<u>Quadro docente tutorial do curso Gestão Comercial</u>	95
15.2	<u>Titulação do corpo docente tutorial</u>	97
15.3	<u>Experiência profissional do corpo docente tutorial</u>	98
15.4	<u>Regime de trabalho do corpo docente tutorial do curso</u>	99
15.5	<u>Experiência do corpo docente tutorial no exercício da docência superior</u>	100
15.6	<u>Experiência do corpo docente tutorial em EaD</u>	101
15.7	<u>Experiência no exercício da tutoria na educação a distância</u>	102
15.8	<u>Titulação e formação do corpo de tutores do curso</u>	104
15.9	<u>Interação entre docentes, tutores e coordenador de curso</u>	105
15.10	<u>Atividades de tutoria</u>	106
15.11	<u>Conhecimentos, habilidades e atitudes necessárias às atividades de tutoria</u>	107

16	<u>Tecnologias de informação e comunicação no processo de ensino-aprendizagem</u>	109
16.1	<u>Ambiente Virtual de Aprendizagem (LMS)</u>	110
16.1.1	<u>Recursos de Acessibilidade no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA – Moodle)</u>	113
17	<u>Material didático</u>	115
18	<u>Acompanhamento e avaliação dos processos de ensino e de aprendizagem</u>	117
18.1	<u>Formas de recuperação de nota</u>	120
18.2	<u>Atividades presenciais</u>	120
19	<u>Infraestrutura destinada ao curso</u>	121
19.1	<u>Sala da coordenação</u>	121
19.2	<u>Salas para professores, professores de TI e do NDE</u>	121
19.3	<u>Salas de aulas</u>	123
19.4	<u>Acesso dos alunos a equipamentos de informática</u>	123
19.5	<u>Auditório e espaços comuns</u>	125
19.6	<u>Biblioteca virtual</u>	126
19.7	<u>Bibliografia básica e complementar por unidade curricular</u>	128
20	<u>Processo de controle de produção e de distribuição de material didático (logística)</u>	129
21	<u>Considerações finais e consolidação do Projeto Pedagógico do Curso</u>	133
	<u>Anexos</u>	200

1 Apresentação

Este Projeto tem por objetivo apresentar as diretrizes pedagógicas e curriculares do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, no eixo tecnológico de Gestão e Negócios, conforme denominação identificada no Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia publicado pelo Ministério da Educação. Fundamenta sua concepção e estruturação em uma perspectiva curricular inovadora, amparado pela Resolução CNE/CP nº 1, de 5 de janeiro de 2021, que define as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Profissional e Tecnológica.

Visa, também, subsidiar os procedimentos regulatórios para seu reconhecimento na modalidade EaD, em processo junto à Secretaria de Regulação e Supervisão da Educação Superior do MEC.

Trata-se de um documento orientador à comunidade acadêmica em que se insere, que apresenta as diretrizes pedagógicas para a formação profissional do Tecnólogo em Gestão Comercial na Faculdade J&F. O texto final é resultado das discussões realizadas pelo Núcleo Docente Estruturante (NDE) e pelo Colegiado do Curso, sendo aprovado pelo Conselho Superior (CONSU) da Instituição.

A finalidade ampla do curso de Gestão Comercial é formar profissionais cada vez mais aptos a desenvolver, de forma plena e inovadora, as atividades próprias do perfil profissiográfico em questão, com capacidade para utilizar, desenvolver ou adaptar tecnologias com a compreensão crítica das implicações então decorrentes e das suas relações com o processo produtivo, o ser humano, o ambiente e a sociedade.

2 Identificação do curso

Nome do curso	Gestão Comercial	
Tipo	Curso Superior de Tecnologia	
Eixo	Gestão e Negócios	
Área tecnológica	Comercial	
Titulação conferida	Tecnólogo em Gestão Comercial	
Modalidade de oferta	EaD	
Periodicidade	Semestral	
Duração	4 semestres	
	Tempo mínimo para integralização	4 semestres
	Tempo máximo para integralização	6 semestres
Carga horária	Componentes curriculares obrigatórios	1.600 horas
	Atividades complementares	100 horas
Vagas anuais	150	
Portaria de autorização	Portaria SERES/MEC nº175, 06 de maio de 2024. DOU 07/05/2024 ed.87, seção 1, página 31. Conceito de curso: 5.	

3 Processo de ingresso

A forma de ingresso de alunos no curso é realizada por meio de processo de admissão, a partir da publicação de edital para este fim. O processo, de maneira geral, é constituído de uma prova composta por questões objetivas e discursivas, que se destina a avaliar os candidatos quanto a competências e habilidades

esperadas à conclusão no Ensino Médio. É complementado por um teste de perfil comportamental, sem caráter classificatório, para identificar o potencial do candidato em relação aos objetivos do curso e ao perfil esperado do egresso ao se formar. A classificação dos aprovados é feita por ordem decrescente dos resultados obtidos na prova, excluídos os candidatos que não atenderem os critérios estabelecidos conforme respectivo edital.

No caso de haver vagas remanescentes, abre-se a possibilidade de ingresso a candidatos oriundos por transferência de outra IES ou portadores de diploma de Ensino Superior.

4 Políticas institucionais no âmbito do curso

A concepção do Curso Superior de Gestão Comercial (Tecnólogo), na modalidade a distância, da Faculdade J&F, é resultado de um processo de análise da conjuntura regional e nacional, sob os pontos de vista científico, social e econômico, aliado ao empenho desta Instituição em cumprir a missão a que se propõe no Plano de Desenvolvimento Institucional – PDI.

As políticas de ensino que estão previstas no PDI da Instituição foram concebidas visando auxiliar o cumprimento da missão, da visão, das metas e dos objetivos institucionais.

4.1 Ensino: protagonismo do estudante e valorização da prática para um aprendizado significativo

As políticas de ensino apresentadas no PDI e aplicadas no curso de Gestão Comercial destacam a centralidade do estudante no processo formativo e a busca por uma formação crítica, reflexiva e alinhada às demandas sociais e profissionais contemporâneas. O ensino é compreendido como atividade articulada ao desenvolvimento da pesquisa e da extensão, em uma perspectiva de integração entre teoria e prática, de modo a consolidar competências e habilidades necessárias ao exercício profissional ético e responsável.

A organização pedagógica valoriza metodologias ativas e inovadoras, promovendo a autonomia do estudante, o trabalho colaborativo e a resolução de problemas reais. Essa abordagem visa formar profissionais capazes de tomar decisões fundamentadas, atuar em cenários complexos e contribuir para o desenvolvimento sustentável das organizações e da sociedade. Além disso, reforça-se a necessidade de atualização contínua dos currículos, contemplando conhecimentos científicos, tecnológicos e humanísticos.

Outro ponto central é a interdisciplinaridade, favorecendo a articulação entre diferentes áreas do saber e aproximando o ensino da realidade do mundo do trabalho. O currículo garante uma formação generalista, crítica e criativa, sem perder de vista a especificidade da área profissional. Também é enfatizada a relevância de práticas pedagógicas que fortaleçam o compromisso social, a inclusão, a diversidade e a sustentabilidade socioambiental.

Por fim, as políticas de ensino defendem a formação integral do estudante do curso de Gestão Comercial, preparando-o para ser protagonista na transformação da realidade em que atua. Isso envolve não apenas a aquisição de conhecimentos técnicos, mas também o desenvolvimento de valores éticos, cidadania e responsabilidade social. A qualidade do ensino está, assim, diretamente ligada ao compromisso institucional em garantir processos formativos inovadores, participativos e coerentes com as necessidades contemporâneas da educação superior.

4.2 Práticas investigativas, iniciação científica e inovação tecnológica

Considerando a natureza da mantenedora, o Instituto J&F, como instituição que incentiva e potencializa iniciativas socioeducacionais, bem como o compromisso da Faculdade J&F com a educação superior de qualidade, as políticas voltadas às práticas investigativas, à iniciação científica e à inovação tecnológica estão integradas de forma transversal e intrínseca a todas as ações previstas para este curso.

O desenvolvimento do raciocínio científico está incorporado à própria abordagem didático-metodológica adotada, que visa estimular a curiosidade intelectual e promover o uso de métodos científicos de investigação. Essa abordagem contempla a reflexão crítica, a análise, a formulação e a resolução de problemas, a imaginação e a criatividade, com base nos conhecimentos das diferentes áreas que compõem o currículo. A proposta pedagógica privilegia estratégias que incentivem o questionamento, o pensamento analítico e a busca por soluções criativas e inovadoras, inclusive de natureza tecnológica.

O componente curricular Desafios Reais de Negócios, presente em todos os módulos do curso, é especialmente propício ao desenvolvimento dessas competências. Nele, os estudantes são desafiados a desenvolver projetos aplicados, que podem também assumir a natureza de atividades de extensão e de iniciação científica, promovendo a articulação entre teoria e prática em contextos reais, com a participação ativa do corpo docente.

Os projetos institucionais de extensão promovem o contato direto com comunidades externas, a partir da identificação de demandas sociais locais e regionais. Esses projetos têm como objetivo propor soluções — tecnológicas, sociais ou educacionais — voltadas à melhoria das condições de vida da população. No âmbito interno, voltado à formação acadêmica e profissional, as ações acontecem de maneira sistematizada, contribuindo para a consolidação dos objetivos educativos institucionais e para a produção e divulgação do conhecimento.

Essas atividades permitem que os estudantes se integrem ao meio social, acadêmico e profissional em que a instituição está inserida, desenvolvendo uma postura ativa, reflexiva e propositiva. Com isso, são estimulados a observar, identificar problemas e engajar-se em ações que favoreçam o desenvolvimento coletivo.

Sob essa perspectiva, as políticas institucionais voltadas a essas áreas contemplam:

- Desenvolvimento de projetos de iniciação científica nas áreas de conhecimento dos componentes curriculares;
- Realização de atividades e projetos de extensão em diálogo com as comunidades atendidas e consequente produção acadêmica;
- Aplicação de soluções tecnológicas com foco na melhoria de processos, produtos e serviços;
- Integração das práticas de ensino, pesquisa e extensão de forma interdisciplinar e contextualizada.

As ações previstas para implementação dessas políticas serão desenvolvidas de forma gradativa, nos primeiros anos de funcionamento da Faculdade J&F, e incluem:

- I. Estruturação de um Núcleo de Pesquisa e Extensão;
- II. Estímulo à produção científica e tecnológica do corpo docente;
- III. Incentivo à participação discente em projetos orientados de produção científica e tecnológica;
- IV. Apoio à organização de associações estudantis de natureza acadêmica e científica;
- V. Promoção de eventos científicos, tecnológicos e culturais para a socialização do conhecimento;
- VI. Desenvolvimento de mostras e feiras científicas e tecnológicas;
- VII. Criação de programas e projetos de extensão voltados às áreas científica, tecnológica, artística e cultural;
- VIII. Estabelecimento de parcerias com universidades, centros de pesquisa e instituições públicas ou privadas;
- IX. Intercâmbios com organizações voltadas à inovação, à pesquisa aplicada e à responsabilidade social.

Essas ações fortalecem o compromisso da Faculdade J&F com a formação integral do estudante, o protagonismo acadêmico e o impacto social do conhecimento produzido.

4.3 Extensão: valorização da diversidade, do meio ambiente, da memória cultural, da produção artística e do patrimônio cultural e ações afirmativas de defesa e de promoção dos direitos humanos e da igualdade étnico-racial

A Faculdade J&F, consciente de seu papel social enquanto Instituição de Ensino Superior, compromete-se com o desenvolvimento e o estímulo de políticas e ações afirmativas que promovam:

- a defesa dos direitos humanos;
- a igualdade étnico-racial;
- a preservação do meio ambiente;
- a valorização da diversidade cultural e artística;
- a proteção e promoção do patrimônio cultural material e imaterial.

Esses compromissos estão incorporados de forma transversal ao Projeto Pedagógico do Curso de Gestão Comercial, permeando tanto a proposta curricular quanto as atividades práticas e os projetos de extensão.

Nas atividades práticas e de extensão, a Faculdade busca identificar e atender às demandas das comunidades do entorno da sede e dos polos da instituição, promovendo a integração entre o saber acadêmico e os saberes comunitários. Os projetos são concebidos, elaborados e desenvolvidos com a participação ativa de docentes e discentes, sob a coordenação de profissionais responsáveis por essa frente de atuação.

A matriz curricular do curso já contempla componentes específicos que favorecem o desenvolvimento dessas competências e valores, tais como:

- Sociedade e Cultura;
- Líder de Si e do Outro;
- Prática Extensionista I e II;
- Desafios Reais de Negócios I, II, III e III.

Tais componentes foram concebidos para possibilitar a abordagem de questões socioambientais, étnico-raciais, culturais e de direitos humanos, desenvolvendo no estudante uma consciência crítica e sensível à diversidade, ao respeito mútuo e à responsabilidade social.

A valorização da diversidade, aliada à promoção da acessibilidade e da inclusão, está fundamentada na concepção de que o respeito às diferenças é um princípio inegociável da responsabilidade social institucional. Assim, a Faculdade J&F assegura:

- o acesso e a permanência com sucesso de todos os estudantes;
- a equidade nas condições de participação e de aprendizagem;
- a atenção às diretrizes legais, políticas e pedagógicas voltadas à inclusão e aos direitos humanos.

A Instituição promove a produção e a difusão de conhecimentos, atitudes, posturas e valores que formem cidadãos capazes de atuar com empatia e responsabilidade social. Busca-se, com isso, fomentar nos estudantes a capacidade de interagir e de construir objetivos coletivos em uma sociedade plural, reconhecendo e valorizando as raízes africanas, indígenas, europeias e asiáticas da formação da identidade nacional brasileira.

Essas ações e princípios reforçam o compromisso da Faculdade com a consolidação de uma cultura democrática, inclusiva e plural, alinhada às exigências legais e aos princípios constitucionais da educação superior no Brasil.

4.3.1 Extensão: desenvolvimento econômico e responsabilidade social

A Faculdade J&F, comprometida com seu papel social e formativo, estrutura o curso de Gestão Comercial com forte ênfase na promoção do desenvolvimento econômico aliado à responsabilidade social. Esse compromisso se manifesta na articulação entre ensino, pesquisa, extensão e inovação, visando contribuir para

a formação de profissionais conscientes, atuantes e comprometidos com o bem-estar coletivo e o desenvolvimento sustentável.

Todas as atividades práticas e os projetos de extensão do curso são orientados, inicialmente, pela identificação das demandas sociais e econômicas das comunidades localizadas no entorno da sede e dos polos da instituição. A partir dessas demandas, serão elaborados e desenvolvidos projetos coordenados por docentes e por profissionais especializados, com ampla participação do corpo discente.

As ações desenvolvidas seguem diretrizes bem definidas, como:

- Apoiar comunidades locais por meio de intervenções socioeconômicas com base na sustentabilidade;
- Promover a modernização e a qualificação de negócios e serviços com foco na responsabilidade social e ambiental;
- Estimular o desenvolvimento sustentável dos territórios de atuação da Instituição;
- Contribuir para a inclusão social por meio de ações voltadas à formação de jovens, à capacitação de educadores e de gestores, à profissionalização de adultos e à inclusão de pessoas com deficiência.

Além das ações internas, os projetos podem ser potencializados por meio de parcerias com as empresas do grupo J&F Investimentos, o que amplia significativamente o campo de atuação do curso, os recursos disponíveis e o impacto gerado. A convergência de valores e objetivos entre a Instituição de Ensino e as organizações do grupo favorece o desenvolvimento de ações sociais coordenadas, sustentáveis e escaláveis.

Para assegurar um impacto social efetivo, o curso prioriza iniciativas voltadas ao apoio de grupos vulneráveis e minoritários, ao estímulo ao desenvolvimento e ao bem-estar de crianças, jovens e mulheres, à promoção da diversidade e à valorização do trabalho colaborativo nas comunidades atendidas.

As atividades de responsabilidade social no âmbito do curso são desenvolvidas por meio de projetos interdisciplinares e ações de extensão, com foco na inserção ativa da comunidade acadêmica nas realidades locais e regionais. A política de comunicação institucional também estará integrada a essas ações, garantindo ampla divulgação dos objetivos, resultados e impactos por meio de diferentes mídias e canais de comunicação.

Para a consolidação dessas práticas, o curso de Gestão Comercial adota as seguintes políticas institucionais:

- Incentivo à formação continuada do corpo docente, mediante programas de capacitação, participação em congressos, seminários e eventos científicos e culturais;
- Estímulo à participação em eventos de divulgação científica, tecnológica e de inovação;
- Valorização da relação ensino-aprendizagem por meio de metodologias ativas e de práticas inovadoras de interação entre docentes, tutores e estudantes;
- Aperfeiçoamento contínuo da avaliação das práticas docentes, promovido pelas jornadas de autoavaliação conduzidas pela CPA;
- Fomento à inserção regional com base em projetos e atividades de extensão que aproximem a IES das organizações locais e fortaleçam a compreensão da realidade socioeconômica;
- Apoio à cultura de avaliação institucional formativa, garantindo a efetividade da gestão acadêmica;
- Estruturação administrativa participativa, com envolvimento dos membros da comunidade acadêmica nos órgãos colegiados e consultivos;
- Reavaliação e reconstrução constante do curso, considerando os resultados das avaliações internas e externas, as deliberações do NDE e do colegiado, bem como as diretrizes curriculares e normativas oficiais;

- Estreitamento da articulação entre teoria e prática, por meio de estratégias como a resolução de problemas reais, estudos de caso e metodologias ativas que integram o ambiente acadêmico à realidade do mercado.

Dessa forma, o curso busca alinhar-se plenamente ao Catálogo Nacional dos Cursos Superiores de Tecnologia, promovendo uma formação crítica, reflexiva e socialmente comprometida. O acadêmico é estimulado a reconhecer e a atuar frente às necessidades do mercado de trabalho, respeitando as especificidades das diferentes realidades locais e regionais, em consonância com os princípios da cidadania, da justiça social e da sustentabilidade.

5 Histórico da IES e do curso

5.1 Mantenedora: Instituto J&F

A **J&F** é um dos maiores grupos empresariais do Brasil, com operações em mais de 22 países e mais de 290 mil colaboradores, dos quais 180 mil estão sediados no Brasil. Com uma história que teve início em 1953, o grupo é detentor de um portfólio diversificado de empresas totalizando uma receita de R\$ 375 bilhões.

Em uma trajetória consistente de crescimento e criação de valor, o grupo controla a JBS, maior produtora de alimentos à base proteínas do mundo; a Eldorado Brasil, uma das mais modernas e sustentáveis fabricas de celulose do mundo; Âmbar Energia, empresa de soluções em energia; Flora Higiene e Cosméticos, líder em diversos segmentos de cosméticos e limpeza; Canal Rural, maior plataforma de informações sobre o agronegócio no Brasil; Lhg Mining, nova alternativa de mineração para a descarbonização do aço; Banco Original, exclusivo para os segmentos corporativo, atacado e agro; e PicPay, ecossistema financeiro com 35 milhões de clientes ativos.

Com a finalidade de cumprir o seu papel social, o grupo J&F criou em 2009 o **Instituto J&F**, instituição mantenedora da Faculdade J&F, através do qual investe em ações que visam o desenvolvimento humano e econômico da

sociedade, por meio de ações educativas, pautadas em uma formação que aborda três esferas: acadêmica, profissional e empregatícia.

O Instituto J&F é um Centro de Educação para os Negócios criado para apoiar as empresas educadoras do Grupo J&F, ou seja, empresas que têm a educação como parte essencial de sua estratégia de crescimento e que estão comprometidas com o ensino e o aprendizado contínuos. Suas ações se baseiam na crença de que tão importante quanto a formação e a inserção no mercado do trabalho, é a continuidade de forma produtiva e inovadora no exercício ativo da profissão.

Em 2024, o Instituto J&F implantou e vem desenvolvendo diferentes projetos voltados à educação continuada e capacitação profissional em parceria com JBS, dentre os quais destaca-se o Programa Evoluir – Jovem Aprendiz, em que atua como entidade qualificadora.

Na educação formal, o Instituto J&F investe nos seguintes programas: apoio às escolas públicas, educação básica e profissional, e ensino superior.

- I. Programa Comunidade: projeto que, desde 2021, conta com a parceria de secretarias de educação da capital e região circunvizinha, voltado para escolas que oferecem os Anos Iniciais do Ensino Fundamental, com duas frentes de ação:
 - a. Aporte financeiro: com base em uma análise técnica dos projetos apresentados, o valor discricionário é realizado via Associação de Pais e Mestres (APM), conferindo-lhe autonomia e gestão democrática no controle e na aplicação do recurso recebido para melhoria do espaço físico das escolas, potencializando a aprendizagem através de um ambiente motivador para o aprendizado.
 - b. Formação continuada: para professores e gestores educacionais das escolas que compõem a rede pública de educação dos municípios parceiros. A jornada formativa é estruturada por eixos de conhecimento nas áreas da prática docente, coordenação

pedagógica, orientação educacional e gestão administrativa, por meio de estratégias e recursos que dialogam com a prática cotidiana da comunidade escolar.

- c. Apoio à aprendizagem: Para potencializar o aprendizado dos alunos do ensino fundamental, é disponibilizada uma plataforma digital gamificada que promove um processo de aprendizagem mais significativo nas áreas de matemática e língua portuguesa. Também é oferecido o acompanhamento analítico de desempenho das turmas nas avaliações internas e externas.

II. Escola Germinare: Fundada no ano de 2009, oferece do 6º ano do ensino fundamental até a 3ª série do ensino médio profissionalizante. Atualmente estão em funcionamento três cursos técnicos:

- a. *Germinare Business*: Escola de Negócios responsável por formar os “tocadores de negócios”, isto é, jovens líderes gestores aptos a gerenciarem negócios de alto faturamento. Do 6º ano do Ensino Fundamental à 3ª série do Ensino Médio, os estudantes seguem uma formação no currículo da educação básica ao mesmo tempo em que trabalham conteúdos do ensino profissionalizante em administração de empresas. As aulas são contextualizadas e vivenciadas na realidade empresarial das organizações do Grupo J&F.
- b. *Germinare Tech*: Ensino Médio profissionalizante cuja missão é formar jovens desenvolvedores de sistemas e analistas de dados para tornarem-se referência no setor da tecnologia. Orientada para resultados, a formação estimula a capacidade de inovação e a visão sistêmica nos alunos com forte integração com os negócios da J&F. Dessa forma, os alunos têm a oportunidade de aprender pela prática, interagindo e aprendendo com profissionais experientes, analisando e discutindo casos de sucesso e vivenciando desafios reais dos negócios.

- c. *Germinare Vet*: Ensino Médio profissionalizante com ênfase em liderança na área de produção. É ministrado em Lins e Amparo, no estado de São Paulo, onde o Grupo JBS dispõe de plantas de criação e de processamento animal, visando contextualizar a aprendizagem em vivências e atividades práticas em todos os setores de produção das fábricas.

5.2 Mantida: Faculdade J&F

A vocação da mantenedora para o oferecimento de uma formação integral e de qualidade na Educação Básica fez que seu plano de desenvolvimento institucional incluísse a implantação do Ensino Superior.

Credenciada a oferecer cursos na modalidade EaD em 2024, a Faculdade J&F tem seu Projeto Pedagógico Institucional pautado na formação de profissionais de alta performance, preparados para enfrentar os desafios do mercado de trabalho atual.

Tem como missão: Promover uma educação superior inovadora, que une conhecimento atualizado e aplicado à realidade das empresas do Grupo J&F. Desenvolver profissionais capazes de transformar experiências práticas em aprendizado, formando lideranças preparadas para conduzir pessoas e negócios com visão estratégica, ética e impacto positivo na sociedade.

Atualmente, tem em funcionamento o curso superior de tecnologia em Gestão Comercial. Porém, em seu Plano de Desenvolvimento Institucional, a Faculdade J&F prevê a criação de novos cursos superiores de tecnologia, com processos de autorização protocolados em 2025: Gestão de Varejo, Processos Gerenciais, Marketing, Gestão da Produção Industrial, Análise e Desenvolvimento de Sistemas, Gestão Financeira, Gestão de Negócios Digitais e bacharelado em Filosofia.

O projeto pedagógico institucional (PPI) valoriza a necessidade de um corpo docente qualificado e especializado nas áreas de conhecimento dos currículos

dos cursos. Para isso, conta com profissionais pós-graduados em cursos *stricto* e *lato sensu* para atuarem como coordenadores de curso, professores regentes, professores conteudistas, mediadores pedagógicos presenciais e online. Também colaboram nesse quadro de educadores conselheiros corporativos oriundos das empresas do Grupo J&F, que enriquecem o processo de ensino e aprendizagem apresentando aos estudantes casos de sucessos e desafios reais de negócios.

A Faculdade J&F tem por objetivo desenvolver o perfil profissional dos estudantes, preparando-os para se tornarem a nova liderança de pessoas e negócios. Para tanto, os currículos incorporam, além de uma sólida base teórica, atividades contextualizadas e vivenciadas no dia a dia profissional dos alunos e na realidade empresarial das organizações do Grupo J&F.

Essa integração do aprendizado teórico ao cotidiano do ambiente corporativo é o que diferencia a Instituição. Trata-se de, a partir das melhores práticas empresariais estabelecer relações com as teorias que as subsidiam.

Portanto, a Faculdade J&F vem contribuir de forma significativa com a oferta de Ensino Superior de alta qualidade, trazendo em seu DNA fatores potencialmente positivos para uma formação profissional sólida e totalmente contextualizada às demandas de um mercado cada vez mais competitivo. De um lado, a herança da experiência pedagógica robusta, integral e inovadora da Escola Germinare e, de outro lado, a pujança e o sucesso do Grupo J&F.

5.3 Histórico do curso

O Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial tem como seu público-alvo principal os estudantes egressos da Escola Germinare (instituição de Educação Básica da mesma mantenedora) assim como os colaboradores das empresas do Grupo J&F. Atualmente, o Curso tem 241 alunos matriculados em duas turmas, iniciadas em 2024 e 2025.

Em anuência aos objetivos da mantenedora, a implantação do curso é uma forma de garantir a possibilidade de continuidade de estudos em nível de graduação e de pós-graduação, com vistas a oportunidades de desenvolvimento acadêmico e profissional em carreiras nas várias empresas que compõem o Grupo J&F. Para isso, a oferta de ensino na modalidade a distância (EaD) proporciona a possibilidade para os alunos estudem e trabalhem sem deslocamento de grandes distâncias e com melhor otimização do tempo.

Ampliando o projeto educacional para o Ensino Superior, o curso de Gestão Comercial integra diversos conhecimentos da área administrativa e gerencial, por meio de metodologias ativas, interdisciplinares e contextualizadas, de modo a atender as demandas de formação profissional e para a vida, frente às exigências das atuais transformações científicas e tecnológicas.

5.4 Contextualização local, regional e nacional

5.4.1 Educação, trabalho e renda

O Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial da Faculdade J&F visa preencher a lacuna de profissionais que devem possuir um conjunto de habilidades e conhecimentos que os tornem versáteis e capazes de atender a diversas demandas de mercado em várias áreas. Assim, podem se adaptar a uma variedade de empresas e funções devido à sua formação que abrange gestão, processos, estratégia e habilidades interpessoais.

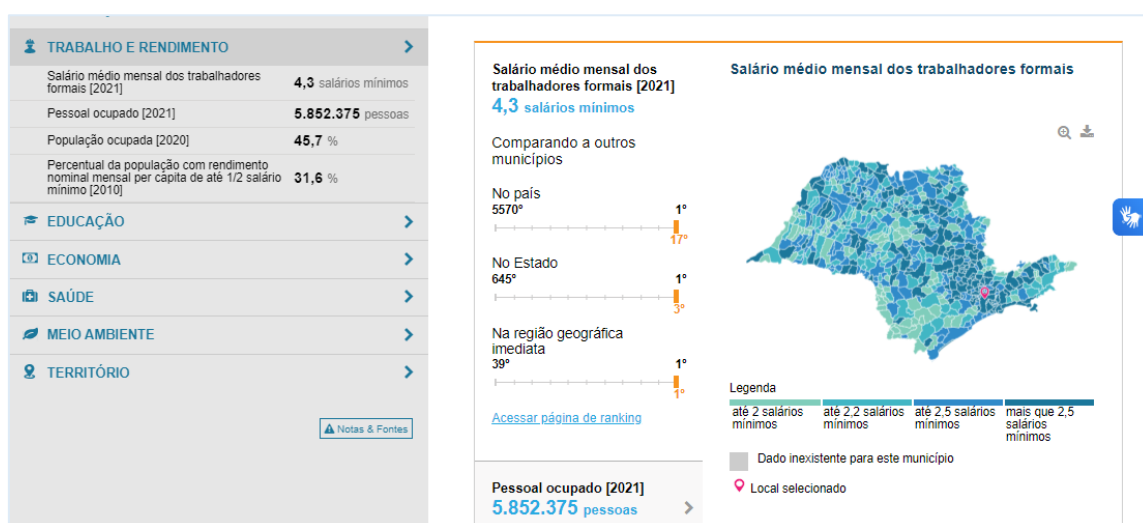
O município de São Paulo e cidades vizinhas, como Guarulhos e Osasco, formam um aglomerado urbano único, incluindo outras regiões da capital que fazem limite com nosso município e concentra os contingentes populacional e empresarial mais importantes do estado de São Paulo.

São Paulo, centro financeiro do Brasil, está entre as cidades mais populosas do mundo, com diversas instituições culturais e uma rica tradição arquitetônica. É a primeira cidade paulista em população e em geração de riqueza, medida pelo

Produto Interno Bruto (PIB). De acordo com o último Censo, em 2022, a população atingiu 11.451.245 de pessoas.

Sobre renda e trabalho, em 2021, o salário médio mensal correspondia a 4,3 salários-mínimos. A proporção de pessoas ocupadas em relação à população total era de 45,7%. Em comparação com os outros municípios do estado, ocupava as posições 3 de 645 e 23 de 645, respectivamente. Já na comparação com cidades do país todo, ficava na 17ª posição de 5.570 e 98ª de 5.570, respectivamente. Considerando domicílios com rendimentos mensais de até meio salário-mínimo por pessoa, tinha 31,6% da população nessas condições, o que o colocava na 305ª posição de 645 dentre as cidades do estado e na 4.372ª posição de 5.570 entre as cidades do Brasil.

São Paulo – Renda e trabalho

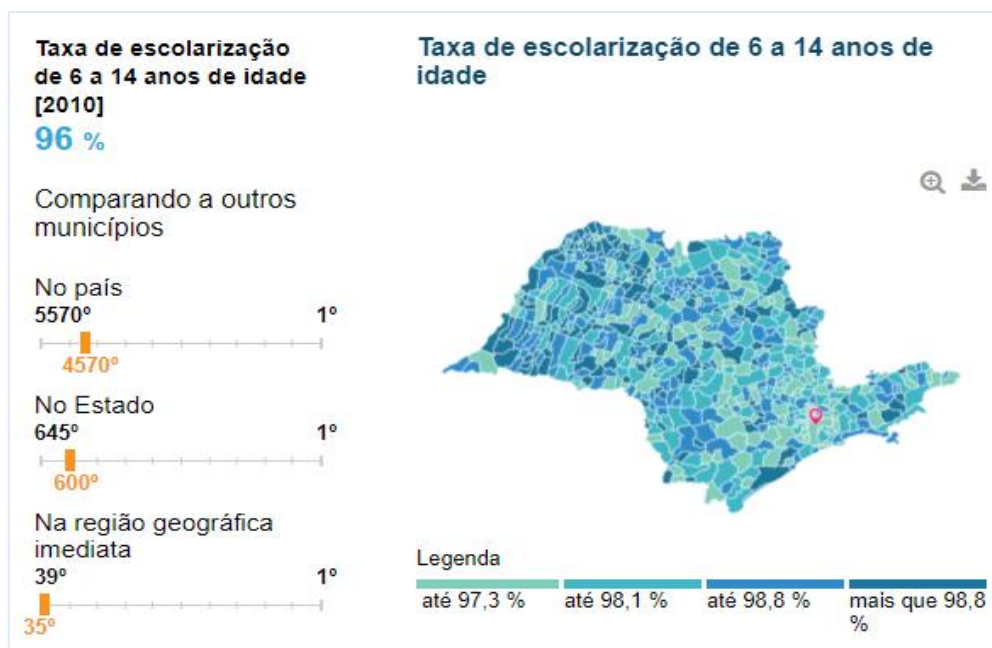


Fonte: IBGE.

Em educação, a taxa de escolarização de 6 a 14 anos de idade é de 96%, comparando a outros municípios no país ocupa a 4.570ª posição de 5.570 e no estado a 600ª de 645. Quanto ao Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB) de 2021 da rede pública de ensino de São Paulo capital, nos Anos

Iniciais do Ensino Fundamental foi de 5,9 e nos Anos Finais do Ensino Fundamental foi de 5,1.

São Paulo – Educação



Fonte: IBGE.

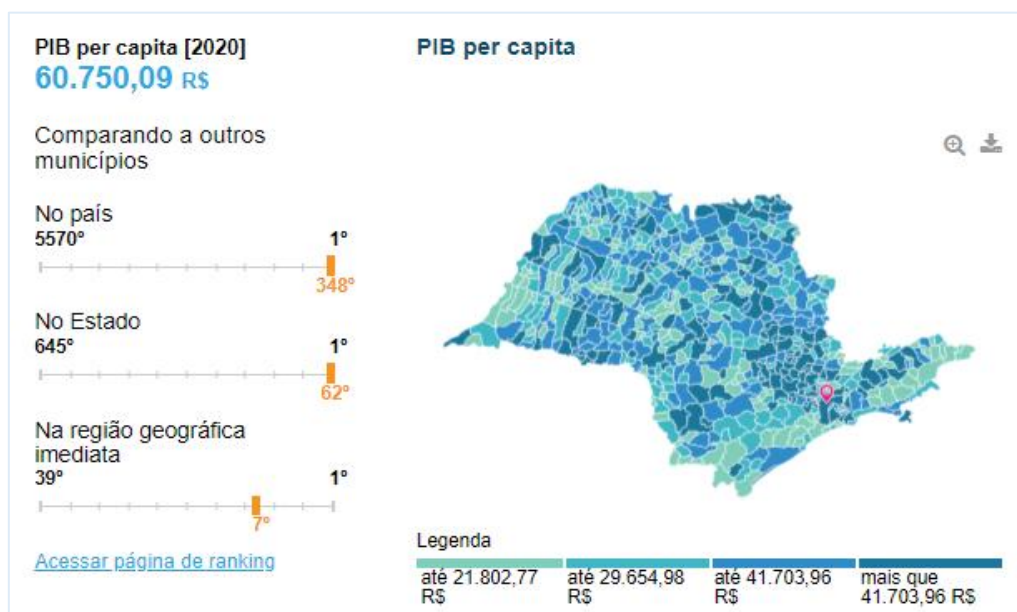
São Paulo – IDEB

EDUCAÇÃO	
Taxa de escolarização de 6 a 14 anos de idade [2010]	96 %
IDEB – Anos iniciais do ensino fundamental (Rede pública) [2021]	5,9
IDEB – Anos finais do ensino fundamental (Rede pública) [2021]	5,1
Matrículas no ensino fundamental [2021]	1.365.068 matrículas
Matrículas no ensino médio [2021]	425.639 matrículas
Docentes no ensino fundamental [2021]	68.088 docentes
Docentes no ensino médio [2021]	27.939 docentes
Número de estabelecimentos de ensino fundamental [2021]	2.991 escolas
Número de estabelecimentos de ensino médio [2021]	1.376 escolas

Fonte: IBGE.

Na economia, a cidade de São Paulo tem o maior PIB do estado de São Paulo, registrando um total de R\$ 699,3 bilhões, o que equivale ao de 4.305 outros municípios. São Paulo concentra 5,8% da população do país, ao passo que esses municípios reúnem 23,9% dos brasileiros.

São Paulo – Economia

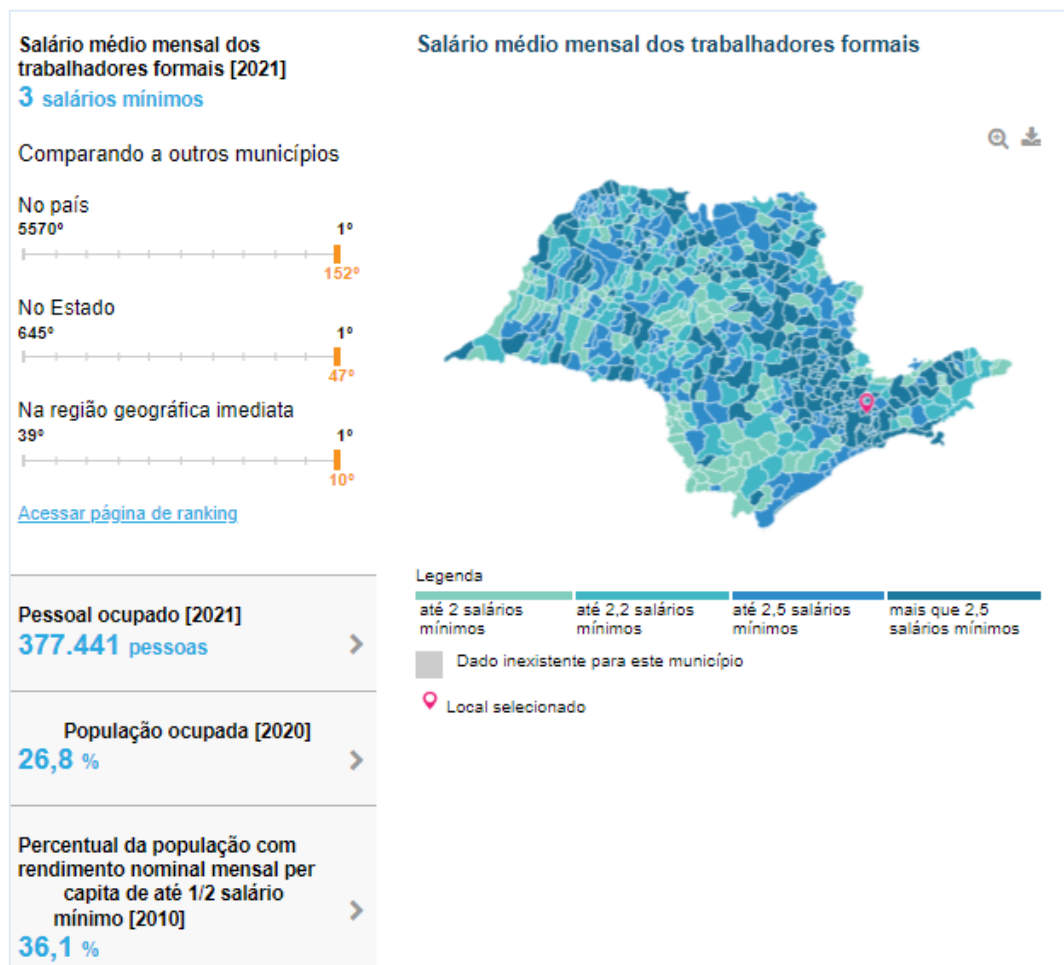


Fonte: IBGE.

Guarulhos é a segunda cidade paulista em população e em geração de riqueza, medida pelo PIB, sendo superada nesses itens pela capital do estado. No último Censo, a população atingiu 1.291.784 de pessoas.

Sobre renda e trabalho, em 2021, o salário médio mensal correspondia a 3 salários-mínimos. A proporção de pessoas ocupadas em relação à população total era de 26,8%. Na comparação com os outros municípios do estado, ocupava as posições 47 de 645 e 182 de 645, respectivamente. Já na comparação com cidades do país todo, ficava na 152ª posição de 5.570 e 719ª de 5.570, respectivamente. Considerando domicílios com rendimentos mensais de até meio salário-mínimo por pessoa, tinha 36,1% da população nessas condições, o que o colocava na 103ª posição de 645 dentre as cidades do estado e na 3.333ª posição de 5.570 dentre as cidades do Brasil.

Guarulhos – Renda e trabalho



Fonte: IBGE.

Em educação, a taxa de escolarização de 6 a 14 anos de idade é de 97,1%, comparando a outros municípios no país ocupa a 3.514ª posição de 5.570. No estado e 519ª de 645. O IDEB 2021 (rede pública) referente aos Anos Iniciais do Ensino Fundamental é de 5,8 e o IDEB dos Anos Finais do Ensino Fundamental é de 5,1.

Guarulhos – Educação

Taxa de escolarização de 6 a 14 anos de idade [2010]

97,1 %

Comparando a outros municípios

No país

5570º



No Estado

645º



Na região geográfica imediata

39º



IDEB – Anos iniciais do ensino fundamental (Rede pública) [2021]

5,8

IDEB – Anos finais do ensino fundamental (Rede pública) [2021]

5,1

Taxa de escolarização de 6 a 14 anos de idade



Legenda

até 97,3 % até 98,1 % até 98,8 % mais que 98,8 %

Dado inexistente para este município

Local selecionado

Fonte: IBGE.

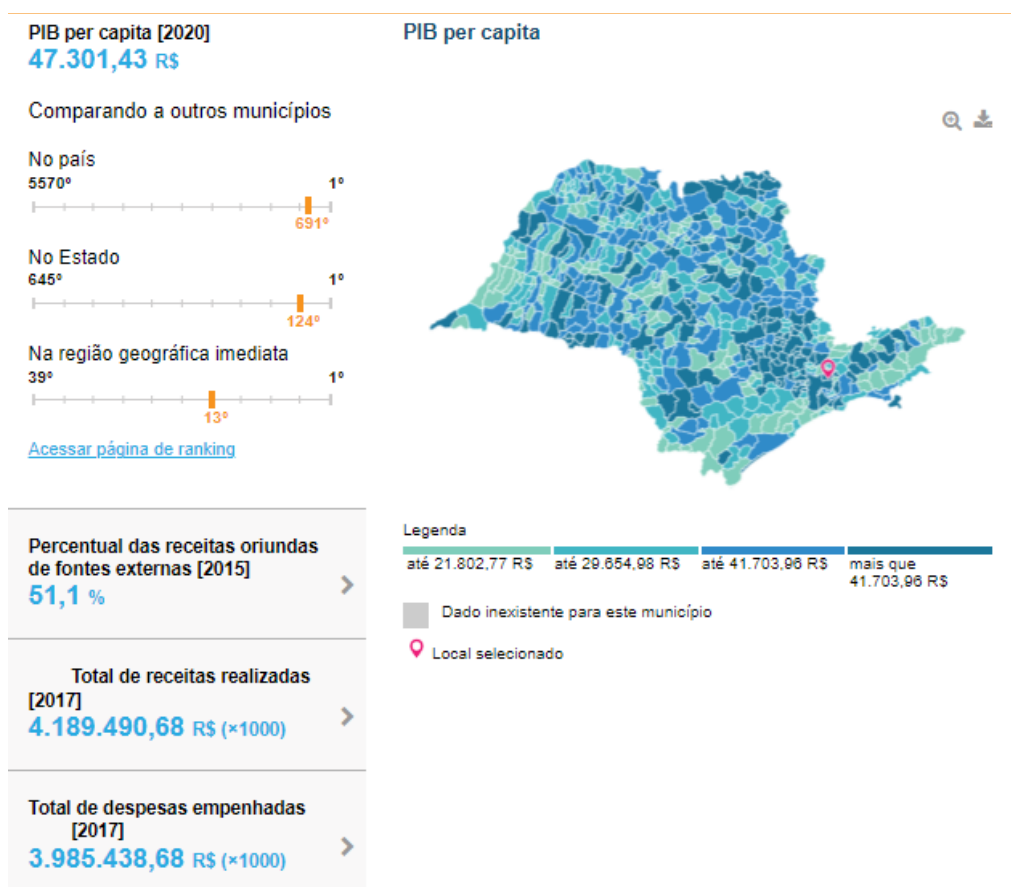
Guarulhos – IDEB

EDUCAÇÃO	
Taxa de escolarização de 6 a 14 anos de idade [2010]	97,1 %
IDEB – Anos iniciais do ensino fundamental (Rede pública) [2021]	5,8
IDEB – Anos finais do ensino fundamental (Rede pública) [2021]	5,1
Matrículas no ensino fundamental [2021]	180.932 matrículas
Matrículas no ensino médio [2021]	57.003 matrículas
Docentes no ensino fundamental [2021]	8.589 docentes
Docentes no ensino médio [2021]	3.755 docentes
Número de estabelecimentos de ensino fundamental [2021]	423 escolas
Número de estabelecimentos de ensino médio [2021]	177 escolas

Fonte: IBGE.

Na economia, a cidade de Guarulhos apresentou um PIB de R\$ 65,85 ao fim de 2020, colocando-se na 9ª posição entre as maiores economias do país. O PIB *per capita* também apresentou um crescimento substancial desde 2016. Ao fim daquele ano, o PIB *per capita* da cidade era de R\$ 39.709,82. A partir de 2017, contudo, a elevação foi constante, culminando em R\$ 47.301,43 ao fim de 2020. O Aeroporto Internacional de Guarulhos, atualmente, já é o maior do país em número de passageiros por ano. Segundo informações da Infraero, concluída a terceira pista do Aeroporto Internacional, nos próximos anos, será possível duplicar a capacidade de movimentação anual de passageiros de 7 milhões para algo em torno de 15 milhões de pessoas. É previsto um grande crescimento regional na área de serviços.

Guarulhos – Economia



Fonte: IBGE.

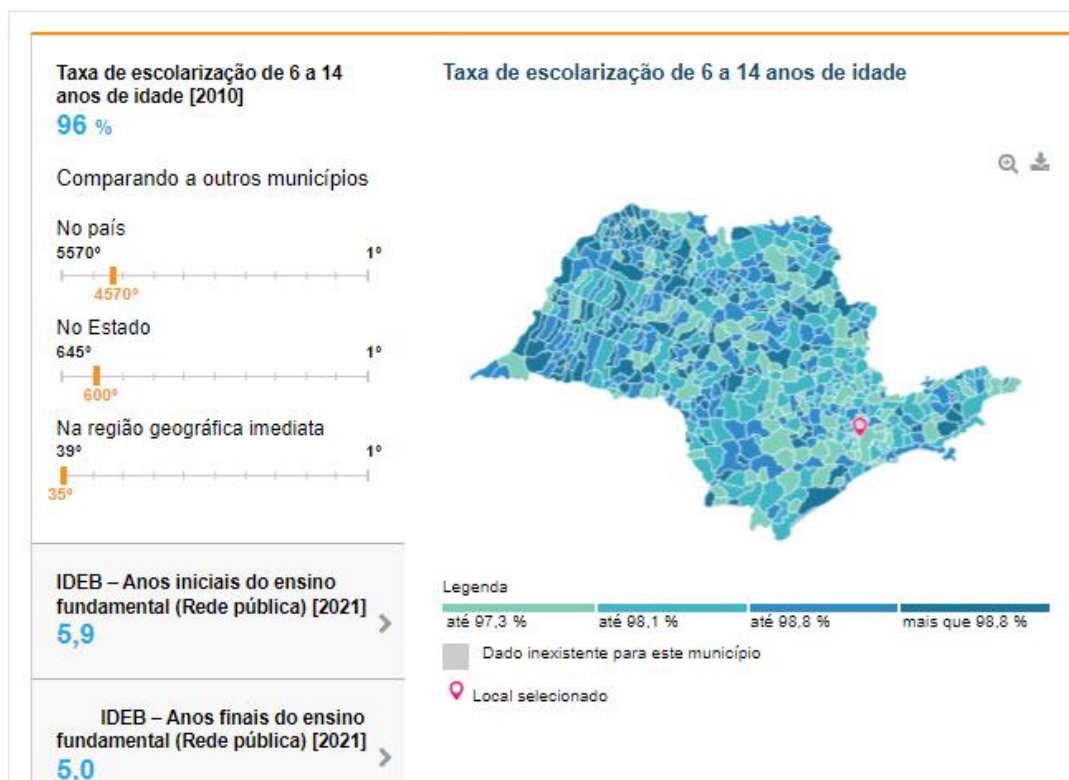
Conhecida como cidade trabalho, Osasco é destaque pelo empreendedorismo e pela força de vontade de seus moradores. Com uma área territorial de 64 km², possui importante atividade econômica nos setores industrial, comercial e de serviços. Com 743.432 habitantes, é o 6º município mais populoso do estado de São Paulo. De acordo com o Censo, em 2020, Osasco apresenta o 92º Produto Interno Bruto do Brasil e o 19º maior do estado de São Paulo.

Sobre renda e trabalho, em 2021, o salário médio mensal representava 3,6 salários-mínimos. A proporção de pessoas ocupadas em relação à população total era de 25,8%. Na comparação com os outros municípios do estado, ocupava a posição 19 de 645, enquanto na comparação com cidades do país todo, ficava na 92ª posição de 5.570. Considerando domicílios com rendimentos mensais de até meio salário-mínimo por pessoa, a cidade incluía 32,8% da população nessas condições, o que a colocava na 19ª posição de 645 dentre as cidades do estado e na 92ª posição de 5.570 entre as cidades do Brasil.

Em educação, a taxa de escolarização de 6 a 14 anos de idade [2010] é de 97,8%, comparando a outros municípios no país, ocupa a 4570ª posição de 5.570. No estado, coloca-se na 600ª posição de 645. O IDEB 2021 (rede pública) referente aos Anos Iniciais do Ensino Fundamental é de 5,9 e o IDEB dos Anos Finais do Ensino Fundamental é de 5,0.

Osasco – Educação

EDUCAÇÃO	
Taxa de escolarização de 6 a 14 anos de idade [2010]	96 %
IDEB – Anos iniciais do ensino fundamental (Rede pública) [2021]	5,9
IDEB – Anos finais do ensino fundamental (Rede pública) [2021]	5,0
Matrículas no ensino fundamental [2021]	91.942 matrículas
Matrículas no ensino médio [2021]	30.730 matrículas
Docentes no ensino fundamental [2021]	4.324 docentes
Docentes no ensino médio [2021]	1.887 docentes
Número de estabelecimentos de ensino fundamental [2021]	179 escolas
Número de estabelecimentos de ensino médio [2021]	92 escolas



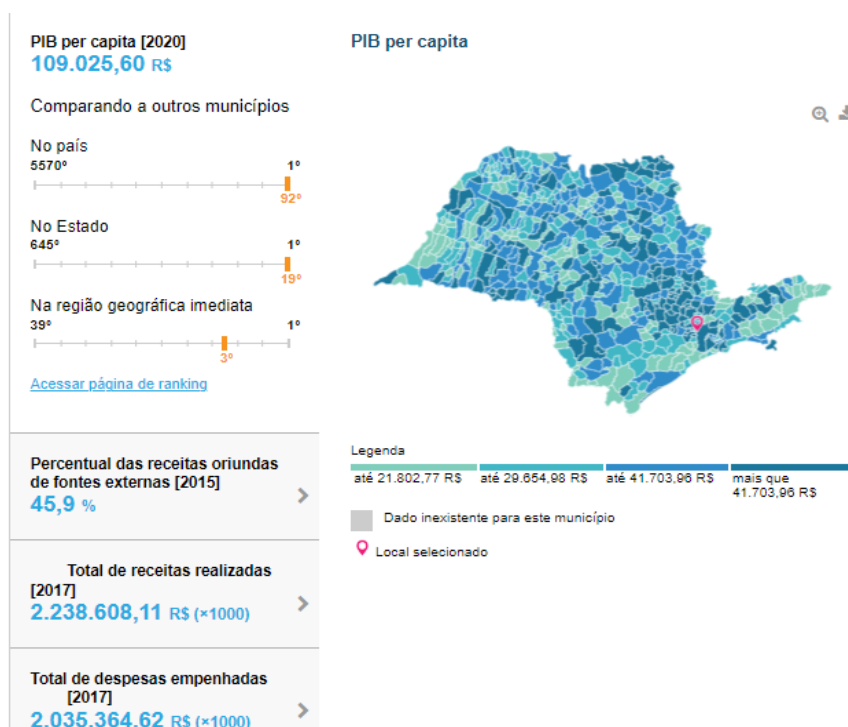
Fonte: IBGE.

Na economia, em pesquisa apresentada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), o PIB de Osasco em 2020 foi de R\$ 81,8 bilhões. Osasco está entre as 8 cidades mais ricas do país, sendo a única que não é capital. A participação no PIB brasileiro passou de 1,09%, em 2018, para 1,11%, em 2019, enquanto na Região Metropolitana a participação passou de 6,49% para 6,52%.

Osasco – Economia

ECONOMIA	
PIB per capita [2020]	109.025,60 R\$
Percentual das receitas oriundas de fontes externas [2015]	45,9 %
Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) [2010]	0,776
Total de receitas realizadas [2017]	2.238.608,11 R\$ (×1000)
Total de despesas empenhadas [2017]	2.035.364,62 R\$ (×1000)

Fonte: IBGE.



Em relação ao setor de serviços, Osasco se manteve como 5º maior do país. A participação do valor adicionado do setor de serviços no PIB, sem desconsiderar administração pública e impostos, passou de 70%, em 2018, para 71,1% em 2019. Considerando apenas o valor adicionado ao PIB, a participação do setor de serviços passou de 89,7% para 90,1%, a maior da história, reforçando a vocação de Osasco como um município predominantemente de serviços.

5.4.2 O setor comercial

O estado de São Paulo responde por quase um terço do comércio brasileiro, de acordo com pesquisa do Investe SP. O setor paulista registra uma receita bruta anual de mais de R\$ 1,33 trilhão, congregando 28,62% dos estabelecimentos e 30,11% do pessoal ocupado no país. O varejo é o principal segmento do comércio do estado, com 53,18% de sua margem de comercialização. Em seguida vêm o atacado e o grupo que agrega o comércio de veículos, peças e motocicletas, conforme dados de 2016, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Com mais de 457 mil estabelecimentos, o setor comercial paulista emprega 3,06 milhões de pessoas, que recebem por volta de R\$ 90 bilhões em salários, retiradas e outras remunerações. O comércio varejista é o maior empregador, com 72,4% das pessoas ocupadas.

No varejo, o principal segmento é o de comércio de outros produtos em lojas especializadas, que agrega 50% de seus estabelecimentos comerciais e 40% do pessoal ocupado do setor. Estão computadas nesse grupo atividades como o comércio varejista de produtos farmacêuticos, eletrodomésticos, equipamentos de informática e de comunicação, móveis e material de construção.

O ramo de supermercados e de hipermercados, com 1,67% dos estabelecimentos do comércio, participa com 13,97% do pessoal ocupado, 12,41% da margem de comercialização e 13,68% dos salários e retiradas do setor.

O comércio atacadista, com mais de 69 mil estabelecimentos no estado, responde por 39,87% da margem de comercialização. Com aproximadamente 32,09% da margem do setor atacadista, o principal segmento é o de equipamentos e de artigos de uso pessoal e doméstico.

Já o comércio de veículos, peças e motocicletas participa com 6,96% da margem de comercialização e com 9,53% do pessoal ocupado no comércio do estado.

5.4.3 Mercado consumidor

Com território equivalente ao do Reino Unido e população estimada em 46,6 milhões de habitantes, o estado de São Paulo possui maior contingente populacional do Brasil — superando Austrália e Canadá — e responde por grande parte do consumo nacional.

Segundo dados do IBGE, em 2024 a renda domiciliar média per capita em São Paulo atingiu R\$ 2.662, 29% acima da média nacional (R\$ 2.069) e o segundo maior nível do país, atrás apenas do Distrito Federal.

Projeções recentes da IPC Marketing indicam que o consumo das famílias brasileiras deve chegar a R\$ 8,2 trilhões em 2025. Enquanto isso, o estado de São Paulo concentra uma parcela expressiva dessa demanda, graças ao seu alto nível socioeconômico.

O perfil geral da população é caracterizado por:

- Alta participação feminina no mercado de trabalho, intensificando o consumo em bens de conveniência e serviços especializados;
- Elevada demanda por profissionais altamente qualificados, o que eleva o padrão dos consumidores;
- População envelhecendo, com aumento da demanda por produtos e serviços voltados para o público idoso.

Esses dados atualizados demonstram que São Paulo se mantém como o maior e mais sofisticado mercado consumidor do Brasil, tanto em termos de poder aquisitivo quanto de demanda por produtos e serviços de alta qualidade.

Dessa forma, no contexto local, regional e nacional da economia, trabalho e, conseqüentemente, das oportunidades de emprego no setor do comércio, justifica-se totalmente o oferecimento do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial da Faculdade J&F.

5.4.4 O Ensino Superior no Brasil

O Brasil se destaca no cenário internacional e já é responsável pela sétima economia mundial, graças a suas potencialidades turísticas, naturais e econômicas. Segundo o IBGE (2020), o PIB saltou de R\$ 705,6 bilhões, em 1995, para R\$ 9,9 trilhões, em 2022. Apesar desses indicadores, o Brasil ainda é alvo de muitas desigualdades. Evidência disso é que apenas sete estados (São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Paraná, Santa Catarina e Bahia) e o Distrito Federal foram responsáveis, em 2012, por 76,6% do PIB brasileiro. Somente a região Sudeste respondia por 55,2% do Produto Interno Bruto do país naquele ano (IBGE, 2015).

Essa concentração é observada também na educação e, principalmente, no Ensino Superior, apesar de o Brasil representar o quinto maior mercado de Ensino Superior do mundo e o maior mercado de Ensino Superior da América Latina.

Segundo dados do Inep, no Censo da Educação Superior de 2023, o Brasil tinha 316 Instituições de Educação Superior (IES) públicas e 2.264 privadas, sendo que estas representavam 87,8% do total nacional de IES. Das públicas, 47,8% são estaduais, 37,7% federais e 14,6% municipais (distribuição obtida a partir dos números absolutos: 151 estaduais, 119 federais e 46 municipais). Quase 3/5 das IES federais são universidades e 36% são Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia (IF) e Centros Federais de Educação Tecnológica

(CEFET). Tais números revelam não apenas o quanto as instituições privadas têm sido porta de entrada para o Ensino Superior no Brasil, mas também como elas têm contribuído para a formação profissional do aluno em uma sociedade em que o conhecimento é a mola propulsora da ascensão profissional.

São 2.580 Instituições de Educação Superior no Brasil (2023), das quais 69,4% são faculdades (1.791), 8,2% universidades (211), 5,8% centros universitários (150) e 1,6% IF/CEFET (41). As 211 universidades existentes no Brasil equivalem a 8,2% do total de IES.

Por outro lado, 56,2% das matrículas de graduação estão concentradas nas universidades. Apesar do alto número de faculdades, nelas estão matriculados apenas 13,2% dos estudantes de graduação (dados aproximados do Censo 2023).

Em 2023, foram ofertados 44.000 cursos de graduação em 2.580 IES no Brasil (valor arredondado com base na série histórica; o dado exato pode ser consultado no relatório detalhado do INEP). Em média, as IES oferecem 17 cursos de graduação. Apenas 3% das instituições de Ensino Superior oferecem 100 ou mais cursos de graduação; e 28% ofertam até 2 cursos de graduação.

O grau acadêmico predominante dos cursos de graduação continua sendo o bacharelado (59,4%) e 82,7% dos cursos (de graduação) nas universidades são na modalidade presencial. O aumento da participação do número de matrículas a distância no grau tecnológico se deve, principalmente, ao crescimento das matrículas dessa modalidade nos últimos anos: entre 2013 e 2023 o tecnológico cresceu 543,1%. Aproximadamente 82% das matrículas de cursos tecnológicos já são a distância.

O número de matrículas na modalidade a distância continua crescendo, atingindo mais de 4,1 milhões em 2023, o que já representa uma participação de 41,7% do total de matrículas de graduação. A maioria dos cursos a distância é

oferecida na rede privada e os dados de 2023 mostram mais de 3,2 milhões de estudantes matriculados nessa modalidade

Diversos fatores explicam essas tendências: questões econômico-sociais, a relação custo-benefício e a forma como as contratações acontecem. Com relação às questões econômico-sociais, uma vez que há menos crédito disponível na diminuição de ofertas de bolsas de estudo, é visível a queda de matrículas no curso de 4 anos e o aumento do interesse em cursos que dão instrumentos de trabalho de forma mais rápida, com duração de 2 anos.

Nos cursos mais curtos, além de o aluno adquirir as competências necessárias em menor tempo, os investimentos de custos e de tempo são significativamente menores. O aluno ingressa, regressa ou suporta a dupla jornada, de trabalho mais estudos, por um período menor, tendo a mesma competitividade que outro aluno de cursos com duração tradicional, de 4 anos.

Considerando-se ainda a procura pelo Exame Nacional do Ensino Médio (Enem) no Brasil, os dados comprovam o incremento do número de universitários: em 2004, houve cerca de 200 mil egressos do Ensino Médio inscritos no Enem; em 2005, houve aumento considerável nesses números, passando para 2.998.083 de inscritos; em 2017, segundo o Inep, esse número chegou a 7.603.290. Para o ano de 2024, foram confirmadas 4.325.960 inscrições, representando um aumento de 9,95% em relação a 2023. O número indica uma retomada no que diz respeito ao aumento de participantes, se comparado aos dados do biênio anterior. Entre os inscritos do Enem 2024, 1,8 milhão já concluiu o ensino médio e 1,6 milhão é concluinte dessa etapa. Além disso, 841.546 (19,4%) são estudantes do primeiro ou segundo ano do ensino médio e 24.723 (0,6%) são treineiros, ou seja, pessoas que não cursam nem completaram o ensino médio, mas farão o Enem para testar seus conhecimentos.

Um dos motivos para o aumento da procura pelo Enem foi a implantação, em 2004, do Programa Universidade para Todos (Prouni), que tem como objetivo proporcionar o acesso de indivíduos economicamente vulneráveis ao Ensino

Superior. Tal iniciativa oferece, a cada semestre, bolsas de estudos de 50% ou 100% da mensalidade em faculdades particulares. Em 2024, 63,6% dos inscritos no Enem estão isentos da taxa de inscrição

No entanto, a educação na sociedade em que vivemos, complexa, contraditória e desigual, realiza-se em diferentes âmbitos, tanto nas instituições como nas práticas sociais. Isso propõe retificações no sentido de que as políticas educativas adotem concepções que não reduzam questões de cobertura e de eficiência, nem encarem os sistemas de ensino como peças de serviço da economia, mas se inspirem em valores humanos fundamentais, enfatizando o plano ético, a necessidade de destinar recursos e esforços que favoreçam a qualidade da educação para todos, reconhecendo a diversidade cultural e recuperando uma visão multissetorial para enfrentar os problemas sociais.

Defende-se a ideia de que escolas mais bem avaliadas dão ao aluno mais argumentos para serem contratados que escolas de menor prestígio. Porém, essas escolas atendem a uma camada muito pequena da população. São alunos do Ensino Médio privado, cuja principal característica está no alto poder aquisitivo, que não precisa fazer uma dupla jornada de trabalho mais escola para poder adquirir o diploma. No outro extremo, estão profissionais que já atuam no mercado. São os estudantes que trabalham para pagar as mensalidades da escola e seu sustento, trabalhadores que estudam. Ambos são pessoas que entendem que a única forma de avançar na carreira está em adquirir um diploma de graduação.

Diante desta promessa de trânsito social, há um esforço financeiro e de tempo investido, que nem sempre retorna, pois o produto de ensino entregue é de baixa qualidade e sem valor de marca.

Em vista desse cenário, a Faculdade J&F nasce com o intuito de oferecer educação de qualidade, contextualizada na realidade de mercado, com o ensino organizado em matrizes curriculares dinâmicas e flexíveis, por meio de

metodologias ativas de ensino-aprendizagem e fazendo uso de tecnologias emergentes de informação e de comunicação.

5.5 Justificativa do curso

Mediante o exposto acima, considerando os cenários socioeconômicos, o Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial da Faculdade J&F se justifica pela crescente necessidade do mercado em contar com profissionais multifuncionais, capazes de compreender e atuar em diferentes contextos organizacionais. O cenário empresarial atual exige profissionais que, além de dominar conceitos de gestão, processos e estratégias, possuam também sólidas habilidades interpessoais para liderar equipes, negociar e tomar decisões de forma assertiva. Ao oferecer uma formação abrangente e aplicada, o curso supre a lacuna de profissionais preparados para se adaptar a diferentes segmentos e funções, contribuindo para o fortalecimento da competitividade das empresas e para o desenvolvimento sustentável dos negócios.

6 Objetivos do curso

Os objetivos do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial foram concebidos e implementados buscando coerência, análise sistêmica e global, observados os aspectos: perfil profissional do egresso, estrutura curricular e contexto educacional.

6.1 Objetivo geral

Formar profissionais, com base em conhecimentos teóricos e práticos, capazes de compreender as relações da organização com seu ambiente interno e externo de forma sistêmica, aplicando os Gestão Comercial na dinâmica da empresa, nos níveis estratégico, tático e operacional, de forma compatível com as transformações da sociedade contemporânea e com as mudanças de paradigmas enfrentadas pelas organizações no gerenciamento do negócio, de forma criativa, gerando resultados que atendam às demandas em diversas áreas

de negócio e respeitando os valores éticos que permeiam as relações interpessoais.

6.2 Objetivos específicos

Os objetivos específicos do Curso de Gestão Comercial foram definidos a partir das áreas de demanda de formação profissional nos contextos local, regional e nacional, em consonância ao PDI, orientando a concepção da matriz curricular em áreas de concentração de conhecimentos.

Em concordância com a Resolução CNE/CP nº 1, de 05/01/2021, destacam-se como objetivos do curso:

- I. Desenvolver competências profissionais tecnológicas, gerais e específicas, para a produção de bens e de serviços no eixo da Gestão Estratégica de Negócios;
- II. Incentivar o desenvolvimento da capacidade empreendedora e da compreensão do processo tecnológico, em suas causas e efeitos;
- III. Propiciar a compreensão e a avaliação dos impactos sociais, econômicos e ambientais resultantes da produção, da gestão e da incorporação de novas tecnologias;
- IV. Desenvolver competências para a gestão de pessoas em equipes de trabalho e para relações interpessoais com clientes e com fornecedores;
- V. Favorecer a apropriação e a aplicação de conhecimentos e de técnicas para a gestão e o estudo das necessidades dos mercados e dos seus principais componentes;
- VI. Ampliar conhecimentos sobre gestão de processos organizacionais com foco na prospecção de oportunidades e de prevenção de riscos nos mercados nacional e internacional;
- VII. Promover experiências para análise, planejamento e gestão financeira e tributária em operações comerciais;

- VIII. Desenvolver competências para atuação profissional como agentes de transformação e de melhoria, tendo em vista a sustentabilidade e a responsabilidade social e ambiental;
- IX. Adotar a flexibilidade, a interdisciplinaridade, a contextualização e a atualização permanente do curso e de seu currículo;
- X. Garantir a identidade do perfil profissional de conclusão de curso e da respectiva organização curricular;
- XI. Promover a capacidade de continuar aprendendo e de acompanhar as mudanças nas condições de trabalho, bem como propiciar o prosseguimento de estudos;
- XII. Adotar a flexibilidade, a interdisciplinaridade, a contextualização e a atualização permanente do curso e de seu currículo;
- XIII. Garantir a identidade do perfil profissional de conclusão de curso e da respectiva organização curricular;
- XIV. Promover a capacidade de continuar aprendendo e de acompanhar as mudanças nas condições de trabalho, bem como propiciar o prosseguimento de estudos.

7 Perfil do egresso

O Conselho Nacional de Educação define, no Parecer CNE/CP nº 436/2001, que “o tecnólogo deve estar apto a desenvolver, de forma plena e inovadora, atividades em determinada área profissional”, devendo ter formação específica para:

- I. analisar e avaliar o ambiente interno e externo e formular objetivos e estratégias gerenciais;
- II. planejar e gerenciar os processos organizacionais (operacionais e logísticos, de pessoas, financeiros, de *marketing*, de informação, entre outros) e os sistemas da organização;
- III. promover a gestão e governança por processos e dos sistemas.

O perfil profissional do egresso tecnólogo em Gestão Comercial, no eixo de Gestão e Negócios, busca expressar as competências e habilidades definidas a partir das orientações do Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia.

Nesse contexto, esse profissional formado pelo curso de Gestão Comercial da Faculdade J&F deve estar apto a:

- I. analisar e avaliar o ambiente interno e externo e formular objetivos e estratégias gerenciais;
- II. planejar e gerenciar os processos organizacionais (operacionais e logísticos, de pessoas, financeiros, de *marketing*, de informação, entre outros) e os sistemas da organização;
- III. promover a gestão e a governança por processos e dos sistemas;
- IV. realizar e garantir estudos de viabilidade econômica, financeira e tributária;
- V. elaborar análises comerciais considerando as demandas e oportunidades do mercado;
- VI. avaliar ambientes de mercado para garantir estratégias que atinjam os objetivos organizacionais;
- VII. propor e analisar indicadores que propiciem uma visão analítica e eficaz para gestão de pessoas, de operações, de processos e de clientes;
- VIII. administrar sistemas de governança para garantir ética e transparência nas operações gerenciais;
- IX. gerenciar as operações rotineiras da organização, garantindo a eficiência e a eficácia dos processos internos;
- X. garantir padrões de qualidade em produtos e em serviços, implementando sistemas de gestão da qualidade;
- XI. subsidiar e acompanhar auditorias;
- XII. gerenciar e manter equipes multidisciplinares de alta *performance*;
- XIII. desenvolver gestão de relacionamento com clientes e com fornecedores;
- XIV. elaborar e implementar planos de negócios.

7.1 Competências profissionais

No mercado de trabalho, são esperadas as seguintes competências profissionais dos gestores comerciais para sua atuação:

- I. Gerenciar processos de negócio;
- II. Possuir visão sistêmica do negócio a curto e a médio prazos para desenvolver estratégias com foco em resultados;
- III. Prevenir e solucionar conflitos na gestão de pessoas;
- IV. Gerenciar relações com fornecedores e com clientes;
- V. Utilizar técnicas de negociação nos processos comerciais;
- VI. Avaliar ciclos comerciais propondo alternativas de mudanças e melhorias de processos;
- VII. Analisar e acompanhar ambiente externo de negócios;
- VIII. Realizar o planejamento estratégico para as ações de compra e de venda da organização;
- IX. Aplicar a legislação e as normas que regulam o negócio;
- X. Implementar e assegurar as políticas institucionais;
- XI. Interpretar e analisar as demonstrações gerenciais e contábeis para a tomada de decisão;
- XII. Analisar dados e utilizar ferramentas para qualificar e quantificar modelos estatísticos.

7.2 Campo de atuação

O profissional formado no Curso de Gestão Comercial na Faculdade J&F desenvolve competências e habilidades que permitem que ele possa atuar em empresas do setor produtivo, da indústria, do comércio e de serviços, de institutos e de centros de pesquisa, em organizações de pequeno, de médio e de grande porte. O estudante receberá a formação específica para poder planejar, executar e monitorar diferentes técnicas de gerenciamento para organizações e setores de diversos segmentos.

8 Estrutura curricular

No Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia, o eixo tecnológico de Gestão e Negócios distingue-se por tecnologias e ações destinadas à gestão, à operação e ao suporte dos processos de produção e de prestação de serviços voltadas às atividades de comercialização, controle contábil, gestão da qualidade, gestão de pessoas, gestão financeira, logística e marketing. Abrange planejamento, avaliação e gestão de pessoas e de processos referentes a negócios e a serviços presentes em organizações e em instituições públicas ou privadas, de todos os portes e ramos de atuação; busca da qualidade, produtividade e da competitividade; utilização de tecnologias organizacionais; comercialização de produtos; logística e finanças.

Tendo em vista o perfil do profissional que se objetiva formar, a matriz curricular do curso integraliza o total de 1.700 (mil e setecentas) horas, divididas da seguinte maneira:

- 1.600 horas de componentes curriculares obrigatórios (970 horas teóricas 460 horas práticas e 170 horas extensionistas);
- 100 horas de atividades complementares.

A carga horária total atende à legislação para o Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, em que a estrutura curricular busca contemplar com excelência, em uma análise sistêmica e global, aspectos como flexibilidade, interdisciplinaridade, acessibilidade metodológica e compatibilidade da carga horária, contemplando-se de forma excelente a articulação entre teoria e prática.

Na construção da matriz curricular do curso, houve a preocupação em apresentar um currículo voltado ao atendimento do perfil definido para o profissional, considerando o desenvolvimento de competências e de habilidades gerais descritas no Catálogo Nacional de Cursos Tecnológicos, observando o mercado de trabalho, na articulação orgânica com as tendências da profissão na

sociedade contemporânea e atender aos pressupostos de acessibilidade pedagógica e atitudinal.

Assim, a matriz curricular do curso foi organizada em quatro módulos/semestres, associando componentes curriculares teóricos e práticos, partilhadas em componentes curriculares institucionais de área e de curso. Os componentes foram categorizados nos seguintes eixos de conhecimento: dinâmicas comerciais (DC), administração pela contabilidade (ADM), chefia e liderança (CL), logística (LO), desafios reais de negócios (DRN), e de formação geral obrigatória (FG).

A proposta pedagógica do curso estabelece a articulação entre os componentes curriculares por meio de uma matriz integrada, que promove a complementaridade entre teoria e prática em todos os módulos. A categorização dos componentes em eixos de conhecimento permite a construção de uma trajetória formativa coerente, na qual cada disciplina contribui para o desenvolvimento de competências específicas e, ao mesmo tempo, dialoga com os demais conteúdos.

O eixo de Dinâmicas Comerciais (DC), por exemplo, conecta-se diretamente aos componentes de Chefia e Liderança (CL), uma vez que a compreensão das práticas de mercado demanda o desenvolvimento de habilidades de gestão de pessoas e equipes. De forma semelhante, o eixo de Administração pela Contabilidade (ADM) articula-se com o de Logística (LO), possibilitando que o aluno compreenda a gestão integrada de custos, processos e fluxos de mercadorias.

Os Desafios Reais de Negócios (DRN) funcionam como eixo articulador, na medida em que integram os conteúdos trabalhados nos demais componentes curriculares e possibilitam ao estudante aplicar, em situações práticas, os conhecimentos de gestão, contabilidade, liderança, logística e dinâmica comercial. Já os componentes de Formação Geral (FG) oferecem a base

humanística, crítica e reflexiva que sustenta o desenvolvimento profissional, reforçando valores éticos, socioambientais e de responsabilidade cidadã.

Dessa forma, a matriz curricular não se organiza em disciplinas isoladas, mas em um conjunto articulado de saberes que convergem para a formação de um profissional capaz de analisar contextos complexos, tomar decisões fundamentadas e atuar de maneira integrada e estratégica no ambiente comercial.

Os conteúdos específicos dos componentes curriculares foram concebidos a partir de um diálogo ativo entre o Núcleo Docente Estruturante (NDE) e lideranças do Grupo J&F, buscando alinhar as expectativas de formação dos estudantes para atuarem como gestores de alta performance nas empresas do Grupo.

A acessibilidade metodológica no CST em Gestão Comercial, é assegurada por meio da adoção de estratégias pedagógicas e recursos digitais inclusivos que favorecem a participação de todos os estudantes, independentemente de suas condições específicas. Nesse sentido, os materiais didáticos são disponibilizados em formatos acessíveis, como videoaulas legendadas, arquivos digitais compatíveis com softwares leitores de tela e recursos visuais com descrições alternativas. As metodologias adotadas privilegiam a flexibilização das atividades, permitindo diferentes formas de participação e entrega de trabalhos, além da adaptação de prazos quando necessário. A plataforma utilizada é compatível com tecnologias assistivas, integrando ferramentas de LIBRAS, ampliação de tela, contraste e leitura automática de texto. No âmbito das práticas pedagógicas, destacam-se metodologias ativas adaptadas, como estudos de caso em múltiplos formatos (texto, áudio e vídeo), aprendizagem baseada em projetos e trabalhos colaborativos mediados por docentes, que garantem a inclusão e a interação entre os estudantes. As avaliações, por sua vez, contemplam formatos diversificados, incluindo provas acessíveis, atividades orais, questionários adaptados e feedbacks personalizados em texto, áudio ou

vídeo. Dessa forma, a acessibilidade metodológica é compreendida como compromisso institucional de garantir equidade, inclusão e qualidade no processo de ensino-aprendizagem, possibilitando que cada estudante alcance seu pleno desenvolvimento acadêmico e profissional.

8.1 Matriz curricular – Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial

EIXO	MÓDULO I	Atividades teóricas (horas)	Atividades práticas (horas)	Atividades extensão (horas)	Total de horas	Atividades complementares (horas)
DC	Administração de Vendas: Planejamento e Rotinas	30	-	0	30	-
DC	Técnica de Vendas: Comunicação e Rotinas	40	-	0	40	-
DC	Análise de Campo I	10	30	0	40	-
CL	Líder de Si e do Outro	40	-	0	40	-
CL	Gestão de Equipes - Coaching I	30	-	0	30	-
ADM	Finanças e Contabilidade: da Introdução ao Balanço Patrimonial	30	-	0	30	-
ADM	Check de Metas I	10	30	0	40	-
DC	Análise e Desenvolvimento de Negócios	50	-	0	50	-
DRN	Desafios Reais de Negócios I	50	-	0	50	-
FG	Sociedade e Cultura	40	-	0	40	-
FG	Aprendizagem EAD	10	-	0	10	-
FG	Atividades Complementares - 25 horas	-	-	-	-	25
TOTAL NO MÓDULO I		340	60	0	400	25

EIXO	MÓDULO II	Atividades teóricas (horas)	Atividades práticas (horas)	Atividades extensão (horas)	Total carga horária	Atividades complementares (horas)
DC	Administração de Vendas: Tecnologia	20	-	0	20	-
DC	Técnicas de Vendas: Argumentos e Técnicas de Persuasão	30	-	0	30	-
LOG	Logística	50	-	0	50	-
DC	Análise de Campo II	-	40	0	40	-
CL	Líder do Outro e do Negócio	50	-	0	50	-
CL	Gestão de Equipes - Coaching II	30	-	0	30	-
ADM	Finanças e Contabilidade: DRE, Fluxo de Caixa e Tributos	50	-	0	50	-
ADM	Pricing	40	-	0	40	-
ADM	Check de Metas II	-	40	0	40	-
DRN	Desafios Reais de Negócios II	50	-	0	50	-

FG	Atividades Complementares - 25 horas	-	-	0	-	25
TOTAL NO MÓDULO II		320	80	0	400	25

EIXO	MÓDULO III	Atividades teóricas (horas)	Atividades práticas (horas)	Atividades extensão (horas)	Total carga horária	Atividades complementares (horas)
DC	Trade Marketing: Introdução, Estratégia e Mix	30	-	0	30	-
DC	Marketing: 4 Ps	50	-	0	50	-
DC	Análise de Campo III	-	120	0	120	-
CL	Gestão de Equipes - Coaching III	30	-	0	30	-
ADM	Check de Metas III	-	40	0	40	-
DRN	Desafios Reais de Negócios III	50	-	0	50	-
FG	Prática Extensionista I	-	-	80	80	-
FG	Atividades Complementares - 25 horas	-	-	0	-	25
TOTAL NO MÓDULO III		160	160	80	400	25

EIXO	MÓDULO IV	Atividades teóricas (horas)	Atividades práticas (horas)	Atividades extensão (horas)	Total carga horária	Atividades complementares (horas)
DC	Trade Marketing: Estruturas e JBP	30	-	0	30	-
OPT	OPTATIVA	30	-	0	30	-
DC	Marketing: Construindo Marcas	50	-	0	50	-
DC	Análise de Campo IV	-	90	0	90	-
CL	Gestão de Equipes - Coaching IV	30	-	0	30	-
ADM	Check de Metas IV	-	40	0	40	-
DRN	Desafios Reais de Negócios IV	40	-	0	40	-
FG	Prática Extensionista II	-	-	90	90	-
FG	Atividades Complementares - 25 horas	-	-	0	-	25
TOTAL NO MÓDULO IV		180	130	90	400	25

	DISCIPLINAS OPTATIVAS	Atividades Teóricas (horas)	Atividades Práticas (horas)	Atividades Extensão (horas)	Total carga horária
FG	LIBRAS	30	-	0	30
DC	Introdução ao Merchandising	30	-	0	30
DC	Trade Marketing Aplicado	30	-	0	30
LOG	Armazenagem	30	-	0	30
CL	Gestão de Pessoas Aplicada	30	-	0	30
LOG	Distribuição	30	-	0	30
DC	Gestão de Compras e Estratégias Comerciais	30	-	0	30

CARGA HORÁRIA TOTAL DO CURSO GESTÃO COMERCIAL	ATIVIDADES TEÓRICAS (HORAS)	ATIVIDADES PRÁTICAS (HORAS)	ATIVIDADES DE EXTENSÃO (HORAS)	TOTAL DE HORAS
TOTAL DE HORAS CURRICULARES	970	460	170	1600
ATIVIDADES COMPLEMENTARES				100
TOTAL				1700

8.2 Requisitos legais da matriz curricular

8.2.1 Educação das relações étnico-raciais e cultura afro-brasileira, africana e indígenas

Em atendimento à Resolução CNE/CP nº 1/2004, e à Portaria Normativa nº 21 de 28/08/2013 que estabelece os estudos sobre educação das relações étnico-raciais e cultura afro-brasileira, africana e indígena, estes serão contemplados de forma transversal, estando presente nas discussões e reflexões de atividades curriculares da maioria das disciplinas do curso, assim como serão contemplados em atividades complementares, nos projetos de práticas investigativas, iniciação científica e extensão, nos seminários em sala de aula e nos eventos da Faculdade J&F, bem como em palestras e outras atividades articuladas ao ensino, além de eventos de natureza cultural e artística.

Destacam-se na abordagem das relações étnicas e raciais os seguintes componentes curriculares: Sociedade e Cultura; Prática Extensionista I e Prática Extensionista II.

8.2.2 Educação ambiental

No mesmo sentido da formação cidadã no âmbito pessoal, profissional e planetária, e ao mesmo tempo que atende à Lei nº 9.795/1999, que institui a Política Nacional de Educação Ambiental, e à Resolução CNE/CP nº 2/2012, que

estabelece as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Ambiental, temática que estará presente especialmente nos componentes curriculares: Marketing – 4Ps e Marketing – Construindo Marcas.

8.2.3 Educação em Direitos Humanos

Em consonância às resoluções CNE/CP nº 08 de 06/03/2012 e CNE/CP nº 01 de 30/05/2012, que estabelecem as políticas nacionais para a Educação em Direitos Humanos, temática que deve ser discutida, especialmente, nos componentes curriculares Marketing – 4Ps e Marketing – Construindo Marcas.

8.3 Componentes curriculares

Os componentes curriculares do curso de Gestão Comercial fomentam uma estrutura curricular formativa voltada ao profissional da atualidade, comungando de um mesmo propósito a formação técnica com todos os subsídios necessários para uma prática profissional humanista.

Portanto, para além da formação de profissionais inovadores, eficientes e concentrados em resultados há a preocupação na formação de líderes que reconheçam e legitimem todo o valor e potencial humano presentes na ampla diversidade de pessoas que fazem parte, direta ou indiretamente, dos empreendimentos em que irão gerenciar.

As unidades de aprendizagem, por meio das metodologias previstas, visam também desenvolver o sentimento de empatia nas relações interpessoais, fomentando uma cultura de equidade e respeito à diversidade, promoção e enfrentamento às questões étnico-raciais, e garantia aos direitos humanos, e responsabilidade socioambiental, no mesmo sentido da formação cidadã no âmbito pessoal, profissional e planetária.

Metodologicamente, a reflexão, proposição e aplicação desses conhecimentos podem ocorrer de forma transversal, por meio de temas vinculados ao meio ambiente e à sustentabilidade socioambiental; como parte dos conteúdos já

presentes no currículo; ou ainda pela articulação entre a abordagem transversal e o desenvolvimento nos componentes curriculares.

O objetivo é o desenvolvimento de habilidades, de atitudes e de valores sociais, ao cuidado com a comunidade de vida, com a justiça e com a equidade socioambiental e com a proteção do meio ambiente natural e construído.

O conteúdo curricular, os objetos de conhecimento das unidades de aprendizagem de cada disciplina, complementam a formação do estudante no desenvolvimento das habilidades esperadas e estão descritos nas respectivas ementas dos componentes curriculares.

8.4 Ementário e bibliografia

Os componentes curriculares que compõem a matriz do curso foram definidos tendo por princípio norteador as habilidades que se desejam desenvolver para o perfil profissional do egresso. Neste projeto, as ementas são descritas em termos de conteúdos e objetos de conhecimento a serem aprendidos pelos alunos em cada uma desses componentes curriculares. As ementas foram concebidas e validadas pelos docentes do Núcleo Docente Estruturante, a partir das quais foram elencadas as principais obras que serviram como bibliografia básica, assim como a complementar. As justificativas para adequação foram devidamente registradas em atas de reuniões do NDE.

A bibliografia básica selecionada tem por objetivo oferecer a fundamentação teórica essencial para cada habilidade geral a ser desenvolvida, sendo composta por três livros de reconhecida referência acadêmica. Na mesma direção, a bibliografia composta por cinco obras, visa oferecer ao aluno referenciais de natureza científica, técnica e mercadológica de forma a completar seu arcabouço conceitual de formação.

O detalhamento das ementas e respectivas bibliografias, são apresentados ao final deste documento na seção Ementário e Bibliografia.

8.5 Flexibilidade curricular e interdisciplinaridade

O projeto pedagógico do Curso Gestão Comercial foi concebido à luz das Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a Educação Profissional e Tecnológica (Resolução CNE/CP nº 1, de 05/01/2021) que consideram imprescindíveis o dinamismo e a flexibilidade das matrizes curriculares. As análises e propostas de atualização partirão das ações regulares, contínuas e permanentes do Núcleo Docente Estruturante e do Colegiado do Curso, em consonância com os demais órgãos acadêmico-administrativos, conforme regimentos.

As atualizações deverão estar em sintonia com a dinâmica e as expectativas da sociedade e do setor produtivo, em relação às competências e habilidades que os profissionais em formação precisam desenvolver. Para tanto, pressupõe-se a observação atenta das transformações no mundo do trabalho e na sociedade, além do acompanhamento de novas diretrizes curriculares nacionais.

O principal mecanismo de flexibilidade curricular se realiza por meio da estrutura matricial que articula os conhecimentos teóricos e práticos dos principais aspectos de serviços comerciais. As estratégias de flexibilização curricular ocorrerão por meio de:

- atualização e adequação de componentes curriculares;
- flexibilidade das unidades de estudo, possibilitando distintas ênfases de formação, de aprofundamento, de ampliação do conhecimento e de desenvolvimento de competências específicas;
- desenvolvimento de atividades integradoras do conhecimento, dentro e fora do ambiente acadêmico;
- flexibilidade na organização e na hierarquização do currículo através de uma matriz de competências;
- a flexibilidade é exercida também através das disciplinas optativas e também pelas Atividades complementares.

A matriz curricular foi concebida a partir de eixos de conhecimento, em função das competências que se desejam desenvolver no profissional de Gestão Comercial egresso deste curso da Faculdade J&F. Nesse modelo, a estrutura modular que organiza o oferecimento dos componentes curriculares dificulta a dicotomia que normalmente tende a separar os componentes curriculares básicos dos profissionais. Assim, a organização da matriz curricular permite a interdisciplinaridade horizontal (entre os componentes oferecidos no mesmo módulo) e a vertical (entre componentes oferecidos em módulos diferentes), além da multi e da transdisciplinaridade.

Para a constituição didática e metodológica dos componentes curriculares foram considerados objetos de aprendizagem dos seguintes eixos: dinâmicas comerciais, administração pela contabilidade, chefia e liderança, logística, desafios reais de negócios, além da formação geral obrigatória para todos os cursos da IES.

Para a concretização interdisciplinar há o componente curricular Desafios Reais de Negócios em cada um dos módulos, especialmente voltado para tal objetivo, que permeia atividades práticas, contextualizando-as nos diferentes componentes curriculares do respectivo semestre letivo. Nos projetos desenvolvidos é proposta uma situação-problema que deve ser analisada para que, com base em hipóteses formuladas e testadas na prática do cotidiano de trabalho do aluno, seja apresentada uma proposta factível para sua resolução.

A metodologia utilizada é a aprendizagem baseada em problemas (ABP ou PBL) a partir de situações hipotéticas ou desafios reais que ocorrem nas diferentes empresas do grupo JBS, apresentados por um gestor que atua no curso como um conselheiro corporativo.

A probabilidade de mobilidade acadêmica com outras instituições é possível devido à organização curricular dos cursos ser fundamentada em uma matriz de competências a serem desenvolvidas. Dessa forma, uma adequada análise dos

programas curriculares oferecidos por outras instituições de ensino superior é capaz de identificar possibilidades de intercâmbio entre seus estudantes.

A implementação da matriz do curso também garante a interdisciplinaridade, a flexibilidade às especificidades da Educação Especial por meio de atendimento educacional especializado. Para tanto, estão asseguradas neste PPC e no PDI as principais ações que promovem a acessibilidade, seja pedagógica, instrumental, comunicacional ou outra, ao discente com deficiência, como:

- disponibilização de intérprete educacional, quando solicitado via laudo médico.
- biblioteca virtual, ao disponibilizar a consulta de livros em formato digital com o auxílio de programas de leitura para deficientes visuais e auxílio em Libras.
- ensino de Libras, como forma de proporcionar a difusão da língua, na compreensão que tem a IES de que o papel da comunicação impulsiona a aprendizagem, a socialização e a vida em sociedade propiciando o processo de inclusão.

9 Metodologias de ensino e de aprendizagem

Vivemos em um cenário em que a predominância dos cursos de graduação está voltada a uma formação estritamente para acúmulo de informações teóricas.

Porém, compreendemos que, para além do desenvolvimento de conhecimentos técnicos e profissionais traçados para o egresso do curso, devemos também desenvolver competências e habilidades socioemocionais. Nós, da Faculdade J&F, compreendemos o estudante de graduação como um indivíduo único e integral que, antes de ser um profissional, é um ser eminentemente social, o que amplia e potencializa suas relações interpessoais e favorece o seu desempenho profissional.

9.1 O aluno sob uma visão holística

Quando tratamos dos processos formais de escolarização, é comum que os conhecimentos específicos a serem adquiridos pelos alunos recebam maior atenção do que os fatores extracurriculares que, muitas vezes, contribuem de forma significativa para o desenvolvimento da aprendizagem.

Em contraposição a essa visão reducionista e fragmentada da educação, partimos do princípio de que, antes de ser aluno, o estudante é um ser humano inserido e influenciado por seu meio social. Esse contexto social molda suas escolhas, decisões e ações, tanto no âmbito pessoal quanto profissional.

As interações sociais que envolvem o estudante ocorrem em diferentes esferas, cada uma com seus respectivos agentes, que influenciam direta ou indiretamente seu processo formativo:

- Estudante: cada indivíduo é único e comprometido com seu processo de aprendizagem. É fundamental respeitar sua singularidade, considerando suas reflexões, vivências, saberes construídos ao longo da vida, habilidades desenvolvidas e afinidades pessoais e profissionais.
- Família: como primeiro círculo social, a família exerce influência marcante no desenvolvimento do estudante. Mesmo durante a graduação, ela continua sendo sua principal rede de apoio em diversas situações. Conhecer a história familiar e as expectativas dos seus membros pode contribuir de forma significativa para o êxito da trajetória acadêmica.
- Colegas de trabalho: quando o estudante já está inserido no mercado profissional, este ambiente se torna um espaço de troca e reflexão. Nele, o aluno tem a oportunidade de confrontar teoria e prática, relacionando os conteúdos vivenciados na formação acadêmica com sua realidade laboral. Essa interação favorece o pensamento crítico e dialógico, enriquecendo o processo de aprendizagem.
- Sociedade: as transformações sociais se refletem nas escolhas individuais, desde padrões de consumo e formas de relacionamento até o

posicionamento político, ideológico ou religioso. O estudante traz para a sala de aula esse repertório, o que amplia a diversidade de experiências e aponta para a importância de sua formação como cidadão ético e profissional consciente.

A partir dessa compreensão ampliada do universo de interações do estudante, torna-se possível adotar uma abordagem metodológica mais adequada e eficaz para os processos de ensino e aprendizagem.

9.2 Aprendizagem ativa e significativa

Adotar uma abordagem holística que integre as dimensões humanas e profissionais do estudante implica conceber um currículo e metodologias diferenciadas, capazes de estimular relações produtivas ao longo de toda a formação acadêmica.

Para contextualizar as bases teóricas que sustentam o uso das metodologias ativas, elegemos algumas vertentes pedagógicas como referência para o planejamento das atividades desenvolvidas ao longo do curso.

Destaca-se, em primeiro lugar, o interacionismo, que compreende o ser humano como resultado das interações que estabelece com os outros e com o mundo ao seu redor. Essa perspectiva rompe com a ideia de que habilidades são exclusivamente inatas ou apenas desenvolvidas por meio de estímulos positivos ou negativos. A aprendizagem, nesse contexto, é concebida como um processo dialógico e dinâmico, no qual o conhecimento é construído de forma compartilhada.

Sob essa ótica, o papel do professor se transforma: ele deixa de ser apenas transmissor de conteúdos e assume funções de facilitador, mediador, ouvinte e articulador da aprendizagem. É nesse cenário que a mediação pedagógica qualificada se consolida como elemento central para a efetivação do processo formativo, especialmente na modalidade EaD. Ainda que as interações se

iniciem em ambiente virtual, por meio da plataforma de ensino e aprendizagem, o processo é potencializado pelo contato contínuo com o Conselheiro Corporativo, profissional do Grupo J&F que atua como orientador, motivador e elo entre os saberes acadêmicos e sua aplicação no contexto profissional do aluno.

No modelo adotado, o conteúdo acadêmico é compreendido como uma das várias possibilidades de construção do conhecimento. O verdadeiro diferencial está na mobilização prática desses saberes, rejeitando uma visão cartesiana ou linear da aprendizagem. O foco está na aplicação de conhecimentos teóricos em projetos contextualizados, alinhados ao universo profissional dos estudantes.

A principal estratégia utilizada é a aprendizagem baseada em problemas. Para garantir a interdisciplinaridade, a matriz curricular é estruturada em módulos, cada um com o componente Desafios Reais de Negócios, que articula os diferentes conteúdos do semestre por meio de atividades contextualizadas em projetos práticos.

Nesses projetos, um Conselheiro Corporativo propõe uma situação-problema real. Cabe ao estudante analisá-la, formular hipóteses, testá-las no seu ambiente de trabalho e, com base nessa experiência, apresentar uma solução viável para o desafio proposto.

Entre as metodologias ativas que complementam esse modelo, destacam-se:

- Casos de ensino: Recriação de situações ou problemas organizacionais a serem resolvidos pelos alunos, com foco em análise de diagnóstico, formulação de estratégias e elaboração de planos de ação. Essa abordagem será detalhada na seção específica dedicada aos projetos integradores em Desafios Reais de Negócios.
- Flipped classroom: Pela aula invertida, o aluno estuda os temas previamente à aula propriamente dita, o que permite que formule hipóteses e reflexões

antes da intervenção do professor, promovendo maior autonomia no aprendizado.

Outra concepção balizadora é aprendizagem em pirâmide, que hierarquiza os métodos de retenção do conhecimento com base na eficácia. Segundo esse modelo: aprendemos 10% daquilo que apenas lemos, 20% se apenas escutarmos, 30% ao observarmos e 50% se observamos e escutamos simultaneamente. Na base da pirâmide, 70% quando discutimos o assunto com outras pessoas, 80% quando aplicamos o conteúdo na prática e, por fim, aprendemos 95% quando ensinamos aquele determinado conhecimento a outras pessoas.

Por fim, reforça-se a importância da participação ativa do estudante em eventos acadêmicos e científicos, como oficinas, painéis, simpósios, seminários e congressos. Nessas ocasiões, ao apresentar seus projetos e pesquisas, o aluno consolida sua aprendizagem por meio da socialização do conhecimento e da prática da argumentação e da escuta qualificada.

9.3 Práticas de aprendizagem e avanços tecnológicos

Atendendo à demanda contemporânea de aproximação por meio de tecnologias emergentes de informação e de comunicação, o modelo das aulas é a educação a distância por meio de atividades:

- I. Síncronas: quando acontecem em tempo real e favorecem a interação, ao vivo, entre os participantes (professores, tutores, alunos, conselheiros corporativos e palestrantes, dentre outros). As vantagens dessa modalidade são o engajamento da turma, o aprendizado dinâmico pelo *feedback* imediato e o aprofundamento instrucional pela interação mais próxima entre os membros da turma.
- II. Assíncronas: quando se faz uso das ferramentas da plataforma e de outros recursos digitais, para a realização de atividades que não demandam uma interação instantânea com os participantes da aula.

A diferença está entre o tempo em que o conteúdo é postado e quando os alunos o recebem, tendo estes o poder de decidir o quanto e quando é melhor estudarem. Destacam-se, entre as vantagens das aulas e atividades assíncronas, a flexibilidade do tempo, por ser possível ao aluno escolher o melhor horário para estudar, quantas vezes assistir à videoaula ou ler o texto explicativo e o tempo pessoal que cada um precisa para refletir e praticar seu aprendizado no mesmo conteúdo.

Para as duas abordagens pressupõe-se, como ponto de partida, o uso de conexão com a internet e uma plataforma de aprendizagem robusta, que comporte as ferramentas e recursos digitais para as atividades virtuais.

O processo de ensino e de aprendizagem ocorre por meio do AVA (Ambiente Virtual de Aprendizagem). Por si, esse ambiente de aprendizagem já contempla avanços tecnológicos para uma aprendizagem significativa ao aluno, ainda que remotamente.

Além das metodologias já mencionadas, outras possibilidades também são incentivadas para potencializar o ensino e a aprendizagem. A escolha da ferramenta mais apropriada deve considerar os objetivos da atividade proposta, ficando a critério do professor e dos estudantes selecionar os recursos que melhor atendam às necessidades específicas de cada situação. Esses aplicativos oferecem funcionalidades voltadas à organização pessoal e ao trabalho em equipe, como o gerenciamento de tarefas, a definição de prazos, a criação de fluxos de trabalho e a colaboração em tempo real. São especialmente úteis para que os estudantes organizem seu tempo de estudo, planejem entregas acadêmicas e desenvolvam habilidades de autogestão.

Também é possível utilizar, de forma criteriosa, as redes sociais como recursos pedagógicos. Dependendo da proposta de aprendizagem e dos critérios definidos pelo professor, plataformas como LinkedIn e Instagram podem ser empregadas como espaços para divulgação das produções dos estudantes. Nessas redes, os alunos podem desenvolver competências de comunicação e

marketing de conteúdo, tanto em contextos pessoais quanto profissionais, ampliando a visibilidade e o impacto de seus projetos acadêmicos. Assim, ao integrar diferentes ferramentas tecnológicas ao processo educacional, promove-se uma aprendizagem mais significativa, conectada com a realidade digital e profissional vivida pelos estudantes.

9.4 Aplicações práticas no âmbito do curso

A dimensão prática constitui-se como um dos principais diferenciais pedagógicos da Faculdade J&F, ao articular teoria e prática em atividades que aproximam o estudante da realidade profissional. No Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, essa proposta se concretiza por meio de três componentes curriculares com entregas práticas estruturadas, que integram metodologias de análise de campo, acompanhamento de metas (check de metas) e gestão de equipes.

O primeiro componente curricular, Análise de Campo, insere-se no eixo de conhecimento *Dinâmica Comercial*. Seu objetivo é capacitar o futuro profissional para a realização de visitas técnicas a campo de forma estratégica e analítica. Nessa disciplina, o estudante utiliza um formulário estruturado de saída em campo para observar o desempenho da equipe de vendas, mensurar rotinas de atendimento ao cliente e identificar aspectos relacionados à execução, exposição e ambiente do ponto de venda. A partir da coleta de dados, o aluno elabora feedbacks construtivos e propõe ações de melhoria contínua, desenvolvendo habilidades essenciais para a tomada de decisão e a otimização de resultados.

O segundo componente, denominado Check de Metas, está vinculado ao eixo *Administração pela Contabilidade* e tem como propósito desenvolver competências de análise quantitativa e estratégica de desempenho comercial. O estudante, a partir de um modelo pré-estruturado, realiza uma análise crítica dos resultados de vendas em comparação com as metas previamente estabelecidas, identificando desvios, oportunidades de melhoria e eventuais ajustes

necessários. Como entrega prática, o aluno apresenta um plano de ação em formato estruturado, contendo metas, prioridades e iniciativas estratégicas, além de uma apresentação em *PowerPoint* que sistematiza o processo de análise e os caminhos propostos para o alcance dos objetivos organizacionais.

O terceiro componente, Gestão de Equipe (Coaching), integra o eixo de conhecimento *Chefia e Liderança* e busca preparar o estudante para a atuação em gestão de pessoas no contexto comercial. O aluno realiza o acompanhamento de sua equipe em campo, aplicando técnicas de coaching e feedback contínuo por meio de um formulário estruturado. A atividade permite identificar potencialidades e pontos de melhoria individuais e coletivos, resultando na elaboração de um plano de coaching que contempla ações de aprimoramento e acompanhamento do desempenho da equipe. Essa prática possibilita a consolidação de competências relacionadas à liderança, comunicação assertiva e desenvolvimento de equipes de alta performance.

Nesse conjunto de atividades, evidencia-se a proposta da Faculdade J&F de alinhar a prática acadêmica às exigências reais do mercado de trabalho, promovendo a formação de profissionais capazes de analisar criticamente cenários, gerir processos e liderar equipes com foco em resultados, inovação e responsabilidade sócio-organizacional.

10 Apoio ao discente

Compreender o indivíduo na sua singularidade, observando atentamente todos os seus potenciais para continuar estimulando-os e motivando-os à superação, faz parte da missão institucional.

Assim, a Faculdade J&F disponibiliza um Núcleo de Apoio ao Estudante (NAE) formado por profissionais multidisciplinares, visando seu acolhimento e seu acompanhamento, proporcionando-lhes um plano de estudo acadêmico assertivo, coerente com sua realidade e pronto para estimulá-lo a superar seus

desafios. O Núcleo de Apoio ao Estudante (NAE) é regido por regulamento próprio e pode ser acessado no Anexo I.

10.1 Apoio psicopedagógico, inclusão e acessibilidade

Para questões relacionadas a aspectos psicopedagógicos, há um serviço de apoio que se destina à orientação a assuntos da vida acadêmica do discente, incluindo notas, desempenho, trabalhos, provas, frequência, e aos problemas de aprendizagem. O serviço oferece subsídios, inclusive ao corpo docente, para melhoria do desempenho dos alunos que apresentam dificuldades de aprendizagem e de adaptação. Também contribui para o desenvolvimento da capacidade de aprendizagem em geral, recuperando as motivações, promovendo a integridade psicológica dos alunos, realizando a orientação e os serviços de aconselhamento e assegurando sua adaptação, especialmente, dos ingressantes.

O NAE também assegura o apoio em acessibilidade, com o objetivo de propor e de viabilizar uma educação superior inclusiva aos estudantes com deficiências física, visual, auditiva, intelectual e com transtornos globais do desenvolvimento, incluindo-se os do espectro autista, altas habilidades ou superdotação. Isso é possível por meio do apoio necessário para a eliminação de barreiras atitudinais, arquitetônicas, pedagógicas e de comunicação, visando seu ingresso, acesso e permanência, favorecendo a aprendizagem, no ambiente acadêmico.

Com o intuito de promover e facilitar as situações socioemocionais na ocasião do ingresso e durante a permanência dos alunos na faculdade, o NAE oferece oportunidades e ações que têm por objetivos:

- Disponibilizar atendimento psicopedagógico à comunidade discente;
- Promover a interação professor/tutor/aluno nos processos de ensino e de aprendizagem;
- Sugerir possibilidades de recuperação de aprendizagem a partir das dificuldades identificadas pelos professores e pelos próprios estudantes;

- Mediar a organização de associações estudantis de natureza acadêmica, científica, artística-cultural e esportiva;
- Promover formação complementar para o desenvolvimento de competências socioemocionais necessárias à vida acadêmica, profissional e social;
- Favorecer a convivência social entre os diferentes membros e ambientes da comunidade acadêmica;
- Disseminar a cultura de paz, tolerância, respeito às diferenças, inclusão, prevenção e resolução de conflitos em todos os contextos da comunidade acadêmica.

Para o período de acolhimento, no ingresso do aluno a partir da matrícula, além de contar com a disciplina inicial “Aprendizagem em EAD”, o núcleo também trabalha em conjunto com os setores pertinentes para oferecer capacitações de familiarização e domínio do ambiente e das ferramentas digitais e virtuais. Esse processo tem início nas aulas inaugurais, que apresentam a missão institucional, os serviços de apoio e a proposta pedagógica, fortalecendo o vínculo do estudante com a comunidade acadêmica.

O Núcleo de Apoio ao Estudante atua de forma articulada com os demais núcleos acadêmicos da instituição, especialmente nas ações que envolvem o fortalecimento do protagonismo estudantil. A equipe mantém constante atenção aos fatores que influenciam diretamente a aprendizagem efetiva, adotando uma abordagem integral do estudante. Nesse sentido, são considerados os seguintes eixos de atuação:

a. Dimensão social: São analisadas as condições sociais do estudante, incluindo seu perfil individual, realidade socioeconômica e familiar, ambiente em que está inserido, vínculos com grupos sociais (permanentes ou eventuais), bem como suas formas de interação com o mundo e percepção

de pertencimento. Esses elementos ajudam a compreender o contexto de vida do aluno e a orientar ações de suporte mais assertivas.

b. Dimensão profissional: A realidade da maioria dos estudantes envolve uma rotina profissional paralela aos estudos. O NAE acompanha o impacto dessa jornada laboral na participação do aluno nas atividades acadêmicas, propondo estratégias de planejamento conjunto que favoreçam a conciliação entre as obrigações profissionais e acadêmicas. Neste contexto, destaca-se a importância de serem contempladas disciplinas e atividades curriculares cujas práticas possam ser realizadas, preferencialmente, no ambiente corporativo em que o estudante se insere promovendo a articulação entre teoria e prática.

c. Desenvolvimento de Carreira: O NAE desenvolve ações voltadas à construção de competências profissionais, visando à empregabilidade e à projeção de carreira. Oferece suporte para a elaboração de currículos, preparação para entrevistas de ingresso ou reposicionamento profissional, planejamento e orientação de carreira. Atua em parceria com o setor de Recursos Humanos do Grupo J&F, visando ampliar as oportunidades de inserção dos alunos nas empresas do conglomerado. Da mesma forma, a Faculdade J&F contribui com o mapeamento de talentos internos, apoiando as empresas do grupo na identificação de perfis qualificados, alinhados às suas necessidades organizacionais.

A coordenação do núcleo está sob responsabilidade de Stephanie Bahia Mestanza Lozano, profissional experiente, com formação e competências específicas para a função. Acredita-se que, por meio do empenho do NAE, o nosso alunado tenha disponíveis todas as condições para alcançar seus objetivos formativos com grande sucesso, pois estará plenamente apoiado.

10.2 Empregabilidade e desenvolvimento de carreira

Coerente ao conceito de empresa educadora — termo que descreve organizações que colocam a educação no centro da sua estratégia de crescimento, comprometendo-se com o ensino e o desenvolvimento contínuo de pessoas — a atenção à empregabilidade e ao desenvolvimento de carreira profissional já está em funcionamento para os alunos da Educação Básica e Profissionalizante da Escola Germinare (pertencente à mantenedora). Na graduação, os estudantes são identificados, acompanhados e avaliados ao longo de toda sua jornada na Faculdade J&F e no seu contexto de atuação no trabalho que exercem, com base em suas competências, habilidades e alinhamento aos valores compartilhados pelas empresas do Grupo J&F.

O NAE tem como principal objetivo promover ações voltadas à formação profissional e à ampliação das oportunidades de inserção no mercado de trabalho. Entre as estratégias desenvolvidas, destacam-se:

- Aulas e vivências com foco em autoconhecimento, relações interpessoais, gestão de equipes e liderança;
- Orientações práticas para a elaboração de currículos, participação em processos seletivos e construção de um plano de carreira;
- Atividades voltadas ao fortalecimento das soft skills essenciais no ambiente corporativo contemporâneo.

O NAE também atua em parceria direta com os setores de Recursos Humanos das empresas do Grupo J&F, mapeando oportunidades de trabalho e indicando estudantes com perfil e competências alinhados às demandas organizacionais. Em contrapartida, a Faculdade J&F contribui com a formação de talentos para o grupo empresarial, a partir das melhores práticas acadêmicas e experiências formativas que favorecem a preparação de profissionais qualificados para atuação nos diferentes segmentos do conglomerado.

10.3 Programa de nivelamento e equalização de conhecimentos essenciais

Embora grande parte dos estudantes da Faculdade J&F seja oriunda da Escola Germinare ou das empresas do Grupo J&F — contextos reconhecidos por sua excelência educacional e compromisso com o desenvolvimento humano —, reconhece-se que alguns alunos podem apresentar deficiências pontuais na construção de conhecimentos fundamentais da Educação Básica. Essas fragilidades podem estar relacionadas a fatores socioculturais, econômicos ou mesmo a descontinuidades pedagógicas em etapas anteriores da formação.

Diante desse cenário, a Faculdade J&F mantém um programa de nivelamento e equalização de saberes, com o objetivo de fortalecer competências essenciais para o desempenho acadêmico no Ensino Superior. A primeira finalidade do programa é reforçar as habilidades de leitura, escrita, raciocínio lógico e matemática, compatíveis com o nível de conclusão do Ensino Médio. Além disso, o programa busca promover o desenvolvimento de competências investigativas e socioemocionais, fundamentais para a aprendizagem ativa, o pensamento crítico e a atuação ética e colaborativa no ambiente acadêmico e profissional.

Os objetivos principais do programa são:

- I. Promover a recuperação e a reconstrução dos conhecimentos primordiais nas áreas de Língua Portuguesa e de Matemática;
- II. Oferecer oportunidades de reforço na aprendizagem dos conteúdos curriculares dos cursos;
- III. Estimular o desenvolvimento do raciocínio científico voltado à resolução de problemas ligados a situações práticas no âmbito dos cursos;
- IV. Favorecer o desenvolvimento de habilidades socioemocionais, necessárias à convivência em ambientes de trabalho e ao incremento à carreira profissional.

A metodologia utilizada, de maneira geral, prevê já no processo seletivo uma avaliação diagnóstica de Língua Portuguesa, de raciocínio lógico-matemático e

de perfil de personalidade. Os resultados são analisados em função das competências mínimas exigidas para o aproveitamento satisfatório no currículo do curso.

Os alunos, cientes desses resultados, são encaminhados para as atividades específicas à recuperação dos conhecimentos em defasagem. Os que receberam nota das avaliações diagnósticas maior que 5,0 e menor que 7,0 necessitam de participação obrigatória, sendo facultativa a participação se a nota for igual ou superior a 7,0. As avaliações regulares nos componentes curriculares do primeiro semestre também fornecem indicadores aos docentes responsáveis, que podem orientar a realização de atividades específicas para a recuperação da aprendizagem em horário extraclasse. As abordagens didáticas centradas em metodologias ativas de aprendizagem, estimulam o desenvolvimento do raciocínio investigativo para a resolução de problemas e as habilidades socioemocionais como comunicação eficaz, inteligência emocional, criatividade, liderança e resiliência.

As estratégias a serem aplicadas ocorrem por meio de atividades específicas como: aulas a distância, minicursos, exercícios teóricos e práticos, palestras, convalidação de horas como atividades complementares e até mesmo pontuação bônus na nota média de um componente curricular do módulo em curso em que o aluno está matriculado.

Mais detalhes sobre o programa de Nivelamento da Faculdade J&F podem ser verificados no regulamento contido no Anexo II.

10.4 Acompanhamento de egressos

Mesmo após a inserção no mercado, os egressos permanecerão conectados ao NAE, sendo incentivados a compartilhar feedbacks sobre suas experiências profissionais. Esse retorno contribui tanto para a continuidade do seu próprio desenvolvimento de carreira, com acesso a novas oportunidades internas no grupo, quanto para o aprimoramento dos projetos pedagógicos dos cursos, uma

vez que os relatos dos empregadores e ex-alunos fornecem subsídios valiosos para ajustes curriculares baseados nas necessidades reais do mundo do trabalho.

Para regimentar os mecanismos de acompanhamento dos egressos, a Faculdade J&F segue uma política com os seguintes objetivos:

- I. Estimular a manutenção de vínculo entre os egressos e a instituição de ensino;
- II. Acompanhar o desenvolvimento profissional do egresso da instituição de forma a orientá-lo quanto à sua formação continuada e seu desenvolvimento profissional/carreira;
- III. Criar e atualizar banco de dados relativos à inserção e promoção dos egressos nas empresas do grupo e/ou mercado de trabalho e cursos de pós-graduação de forma a subsidiar o redimensionamento de ações acadêmicas e institucionais em cada curso e na própria instituição;
- IV. Analisar o perfil profissional proposto para cada curso da Instituição e seu redimensionamento, em conformidade com as demandas identificadas no campo da atuação profissional;
- V. Incentivar e colaborar para encontros de egressos objetivando intercâmbio de informações sobre a formação oferecida pela Instituição, sobre o campo de trabalho e sobre o perfil profissional proposto em confronto deste com o real/necessário;
- VI. Contribuir para a avaliação das demandas por cursos de especialização, extensão, pós-graduação e outros, de forma a incentivar a formação continuada do egresso;
- VII. Promover eventos acadêmicos específicos para os egressos de forma a contribuir com a formação continuada e estabelecer/fortalecer os vínculos dos egressos com a Instituição;
- VIII. Identificar atuações relevantes de egressos da Instituição para o fortalecimento da imagem Institucional e valorização da comunidade acadêmica.

Para acompanhamento dos egressos está prevista a geração de relatórios com a finalidade de avaliar o perfil do egresso quanto à sua formação e carreira profissional quer seja via inserção ou promoção em alguma vaga no mercado de trabalho ou nas empresas do grupo. A análise dos resultados irá contribuir para o processo de avaliação do curso e da instituição, permitindo uma revisão contínua do mesmo e uma atualização e/ou melhoria do PPC.

Além das políticas expressas acima a Faculdade J&F conta com o Programa de Acompanhamento Acadêmico, cujo regulamento pode ser verificado no Anexo III.

10.5 Organização estudantil

A IES e o NAE apoiam e incentivam a participação e o engajamento estudantil por meio de divulgação e incentivo ao encontro de estudantes. Além disso, o Corpo Discente tem direito à representação, com direito a voz e voto, na forma das disposições estatutárias e regimentais, com o objetivo de promover a cooperação entre gestores, professores e alunos no aprimoramento da Instituição.

Há um trabalho de orientação aos alunos para participação em órgãos colegiados, colocando em discussão a importância da sua organização política. E, para se assegurar um acesso mais direto aos estudantes, incentiva-se cada turma para que eleja seu representante, que atua no sentido de estreitar os vínculos com a coordenação e outros setores da IES, buscando informações e levando reivindicações e mesmo para defender os interesses gerais das turmas.

10.6 Programa de monitoria

O Programa de Monitoria Acadêmica da Faculdade J&F, mantido e administrado pelo NAE, dispõe de regulamento próprio e tem como principal finalidade proporcionar suporte aos alunos, auxiliando-os na compreensão das dinâmicas acadêmicas, uso da plataforma e na execução de atividades acadêmicas. Além

disso, o programa visa assegurar oportunidade de cooperação do corpo discente ao cargo docente, nas atividades de ensino, iniciação científica e extensão e oferecer ao estudante a oportunidade de desenvolver e aperfeiçoar-se, consolidando seu progresso acadêmico. O programa de monitoria é regido por regulamento próprio que pode ser verificado no Anexo IV.

10.7 Intermediação e acompanhamento de estágios não obrigatórios remunerados

Conforme previsto na legislação vigente, a Faculdade J&F reconhece a importância do estágio não obrigatório remunerado como atividade complementar à formação acadêmica. Embora não seja componente curricular obrigatório, sua realização é estimulada pela Instituição, uma vez que contribui de maneira significativa para a preparação dos estudantes, proporcionando vivências práticas alinhadas às exigências do mercado de trabalho.

Nesse sentido, está previsto que a Faculdade J&F promova, quando acionada pelo estudante, ações de intermediação, orientação e acompanhamento dos estágios não obrigatórios, garantindo que sejam desenvolvidos em consonância com os princípios pedagógicos e com a legislação aplicável. Além disso, a Instituição buscará estabelecer parcerias e cooperação com organizações do Grupo J&F, bem como com diferentes segmentos da sociedade, de forma a ampliar as oportunidades de estágio e fortalecer a integração entre ensino, prática profissional, ciência, cultura e tecnologia.

11 Práticas inovadoras

Alinhado às transformações pedagógicas que acompanham os objetivos da educação na atualidade, não cabe mais às instituições escolares se limitarem à transmissão de conhecimentos, uma vez que estes estão disponíveis nas mais variadas fontes. Em vista disso, nossa concepção pedagógica mantém um olhar

atento à aprendizagem e a seus processos, especialmente em um curso na modalidade EaD.

11.1 Gestão da aprendizagem

O ambiente virtual de aprendizagem oferece condições favoráveis para que os estudantes assumam o protagonismo sobre sua formação. Com o apoio da plataforma, os alunos podem realizar a gestão ativa do próprio desenvolvimento acadêmico, acompanhando seu progresso por meio de KPIs (*Key Performance Indicators*) — indicadores de performance baseados no seu envolvimento com o curso, participação em atividades e entregas realizadas.

Na Faculdade J&F, essa experiência é potencializada pela integração do Moodle com o Power BI, o que permite transformar dados educacionais em informações estratégicas. A partir dessa integração, são gerados painéis interativos e relatórios personalizados, que apoiam tanto a atuação dos professores e tutores quanto a autoavaliação contínua por parte dos estudantes.

Esses indicadores possibilitam que se possa visualizar, em tempo real:

- a frequência de acesso ao AVA;
- o tempo dedicado a cada atividade;
- a taxa de entrega de trabalhos;
- a participação em fóruns e outras interações;
- o consumo de conteúdos como vídeos, leituras e livros da bibliografia.

Além disso, os professores orientam na definição das metas de aprendizagem individuais, utilizando os KPIs como referência para ajustes contínuos na trajetória de cada estudante.

Do ponto de vista institucional, a coleta e análise desses dados permite à equipe pedagógica identificar padrões de engajamento, antecipar dificuldades e propor intervenções pedagógicas personalizadas. Professores e tutores têm acesso a feedbacks imediatos, o que enriquece o planejamento das aulas, a avaliação das

estratégias didáticas e a reflexão sobre o processo de ensino-aprendizagem com base em evidências concretas.

Para o estudante, o principal benefício é a possibilidade de acompanhar sua evolução ao longo do percurso formativo, não apenas por meio das notas finais, mas com base em uma visão ampliada de seu desempenho. Assim, ele se torna consciente, corresponsável e protagonista de sua jornada universitária, em alinhamento com os princípios de uma educação orientada por dados, metas claras e desenvolvimento profissional contínuo.

11.2 Projetos aplicados e flexibilização curricular

11.2.1 Desafios reais de negócios (projetos aplicados)

Com o objetivo de inovar e tornar mais dinâmico o modelo tradicional de projetos integradores nos cursos superiores de tecnologia, o currículo da Faculdade J&F foi estruturado de forma a contemplar projetos aplicados ao contexto real dos estudantes ao longo de todo o percurso formativo. No curso de Gestão Comercial, o projeto integrador é chamado de “Desafios Reais de Negócios”. Essa proposta está alinhada ao perfil do egresso desejado, valorizando a articulação entre teoria e prática, a resolução de problemas reais e o desenvolvimento de competências exigidas no mercado de trabalho.

Para a condução desses projetos, foi adotada a metodologia de gestão ágil, considerada a abordagem mais adequada aos componentes curriculares que envolvem desenvolvimento de projetos. Diferentemente dos modelos tradicionais, em que o planejamento é inteiramente definido antes do início da execução, a gestão ágil permite um processo iterativo, incremental e adaptável, no qual o projeto é estruturado em etapas curtas (sprints). Essa dinâmica possibilita ajustes contínuos ao longo da execução, sem comprometer a qualidade da entrega final.

Nessa abordagem, as entregas parciais são acompanhadas e avaliadas progressivamente pelo docente responsável, o que permite um monitoramento contínuo do andamento do projeto e uma avaliação formativa mais eficaz. Ao término do módulo, o projeto é apresentado e apreciado por um conselheiro corporativo, que atua em parceria com o corpo docente, contribuindo com uma visão prática e contextualizada.

Os temas desenvolvidos nos projetos são sempre vinculados a desafios reais ou prováveis do ambiente de trabalho dos estudantes, garantindo aplicabilidade imediata e reforçando a relevância da aprendizagem. Cada projeto é orientado por um docente especialista no tema e acompanhado por um conselheiro corporativo, que supervisionam sua execução e promovem o alinhamento com as demandas do mundo profissional.

11.2.2 Flexibilização curricular

Como parte da proposta de flexibilização curricular, os estudantes podem ingressar em qualquer módulo ou componente curricular da matriz, uma vez que os conteúdos são organizados sem pré-requisitos conceituais obrigatórios. Essa estrutura favorece a personalização da jornada acadêmica e o respeito ao ritmo e à trajetória profissional de cada aluno.

11.3 Desafios reais e mentoria

A mentoria corporativa é hoje reconhecida como uma das principais estratégias de gestão de pessoas e desenvolvimento de talentos nas organizações do século XXI. Amplamente adotada por grandes empresas ao longo da última década, essa prática visa estimular o protagonismo e acelerar a maturidade profissional de novos talentos por meio da troca estruturada de experiências com profissionais mais experientes. Entre seus principais benefícios destacam-se: o

fortalecimento do engajamento, a retenção de talentos, o desenvolvimento de lideranças e a formação de sucessores qualificados.

Na Faculdade J&F, essa abordagem é aplicada de maneira inovadora e estratégica, integrando-se de forma orgânica ao modelo pedagógico da instituição. Inserida no contexto do Grupo J&F — maior conglomerado empresarial do Brasil e líder mundial na produção de alimentos —, a faculdade tem como missão formar profissionais preparados para enfrentar cenários complexos, dinâmicos e em constante transformação.

Nesse contexto, os conselheiros corporativos, gestores seniores das empresas do grupo, acompanham os docentes que atuam na mentoria de atividades práticas, em especial as desenvolvidas na disciplina Desafios Reais de Negócios, presente em todos os módulos da matriz curricular, ao longo do curso.

O processo metodológico inclui: o mapeamento da experiência prévia e das trajetórias dos alunos; a identificação de necessidades formativas; a seleção de conselheiros; a capacitação metodológica de alunos, docentes e conselheiros; o alinhamento dos projetos a serem desenvolvidos no semestre; a supervisão contínua das atividades pelo docente responsável; e, por fim, a avaliação e apresentação dos resultados ao final do módulo em um evento institucional.

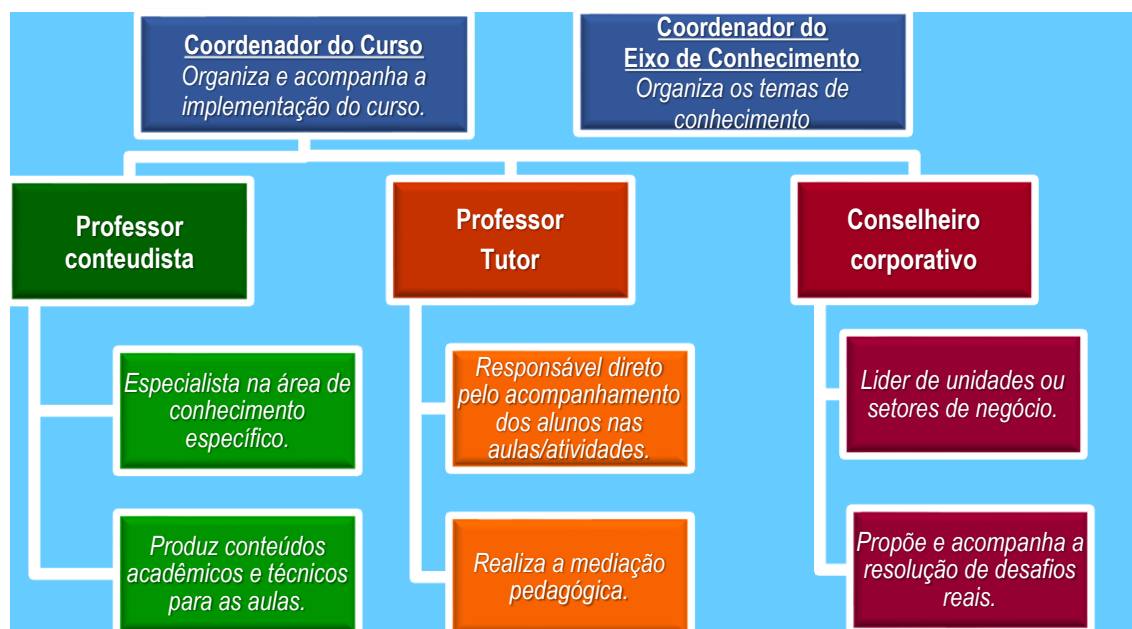
Mais do que transmitir conhecimentos técnicos, os conselheiros, tutores e conteudistas atuam como facilitadores da aprendizagem experiencial, compartilhando saberes tácitos acumulados ao longo de suas carreiras. Essa troca direta de experiências fortalece a formação prática dos estudantes, incentivando a resolução de problemas reais com foco em situações concretas do ambiente de trabalho.

As sessões de mentoria ocorrem em encontros síncronos agendados, tendo como ponto de partida os desafios propostos nas atividades práticas. Os temas abordados são diretamente relacionados às necessidades e oportunidades

profissionais dos alunos, promovendo um processo formativo profundamente conectado à realidade do setor produtivo.

Além disso, essa prática fortalece a integração entre universidade e mercado, permitindo a difusão dos valores e da cultura organizacional do Grupo J&F no ambiente universitário. Também favorece a valorização das diferentes gerações, estabelecendo pontes entre experiências consolidadas e novos olhares, ao mesmo tempo em que impulsiona a construção de soluções inovadoras e a vivência prática de competências socioemocionais e de liderança.

A mentoria profissional disponibilizada pelos docentes e conselheiros corporativos, constitui, assim, um dos pilares centrais do modelo educacional da Faculdade J&F, alinhando o percurso acadêmico dos estudantes às demandas reais do mundo do trabalho e à cultura de excelência do grupo empresarial ao qual pertencem.



11.4 Abordagem didática baseada na resolução de desafios reais de negócios

O ensino tradicional em cursos de Administração, frequentemente centrado em abordagens teóricas e generalistas, tem se mostrado distante da realidade prática das empresas e dos desafios do ambiente de negócios. Diante disso, a Faculdade J&F adota metodologias ativas com ênfase no estudo de casos reais, visando estreitar essa lacuna e formar profissionais capazes de atuar com protagonismo em ambientes organizacionais complexos — os chamados "tocadores de negócios", conforme a nomenclatura adotada no Instituto J&F.

A metodologia baseada em casos de ensino é compreendida como uma ferramenta pedagógica que promove a aprendizagem por meio da análise de situações empresariais autênticas. Ao trazer para a sala de aula recortes reais do cotidiano das empresas, especialmente das organizações que integram o Grupo J&F, essa abordagem permite ao estudante vivenciar a complexidade das decisões gerenciais, exercitando a análise crítica, o julgamento estratégico e a capacidade de aplicar conceitos teóricos em contextos concretos.

Os casos apresentados não são construções ficcionais elaboradas pelos docentes, mas sim relatos reais de desafios vivenciados pelas empresas do grupo, cuidadosamente selecionados para promover a reflexão e o debate entre os estudantes. Um caso bem elaborado possibilita ao aluno se colocar no papel do tomador de decisão, analisando os dados disponíveis, identificando alternativas viáveis, definindo critérios e elaborando estratégias de resolução, sob a orientação de professores e, quando aplicável, de conselheiros corporativos.

Essa vivência promove o desenvolvimento de competências essenciais à formação do administrador, como:

- formulação e diagnóstico de problemas;
- análise de alternativas;

- planejamento e tomada de decisão;
- implementação e avaliação de estratégias em contextos dinâmicos.

Na Faculdade J&F, o uso de marcas, produtos e operações reais do Grupo J&F como base para os estudos de caso confere relevância, autenticidade e aplicabilidade ao processo de ensino, oferecendo ao estudante a oportunidade de se aproximar do mundo empresarial como ele é, e não apenas como descrito nos manuais teóricos.

Além disso, essa abordagem rompe com o modelo tradicional de ensino, baseado na transmissão unidirecional do conhecimento. Aqui, professor e estudante assumem papéis ativos no processo educativo, compartilhando responsabilidades na construção do saber por meio da interação, do diálogo e da resolução colaborativa de problemas.

Trata-se, portanto, de uma prática pedagógica inovadora que fortalece o vínculo entre formação acadêmica e exigências do mundo do trabalho, colocando o aluno no centro de sua trajetória formativa.

11.5 Espaços corporativos de aprendizagem

As salas de aula da Faculdade J&F, especialmente quando utilizadas em consonância com os planos de ensino que preveem atividades presenciais, são concebidas como ambientes pedagógicos inovadores, que favorecem práticas de ensino e aprendizagem ativas, colaborativas e contextualizadas. As salas reservadas para o curso de Gestão Comercial destacam-se por seu layout diferenciado, rompendo com os modelos tradicionais de arquitetura escolar.

Projetadas no padrão estético e funcional dos ambientes corporativos das empresas do Grupo J&F, essas salas não possuem portas, contam com mesas redondas e cadeiras giratórias, promovendo a integração entre estudantes e docentes, inclusive com aqueles que participam remotamente. A infraestrutura tecnológica é outro diferencial: câmeras inteligentes com rastreamento de

movimento, projetores multimídia e telões interativos permitem a plena integração entre aulas presenciais e síncronas a distância, garantindo qualidade de participação para todos os envolvidos no processo formativo.

A localização da Faculdade J&F, dentro do complexo empresarial da JBS em São Paulo, proporciona aos estudantes uma experiência educacional única, permitindo a vivência direta de contextos corporativos reais. Em atividades presenciais previstas nos componentes curriculares, os alunos têm acesso a diferentes setores da empresa, o que amplia significativamente o potencial de aprendizagem significativa e aplicada.

Esse convívio com o ambiente organizacional é potencializado pela atuação dos conselheiros corporativos, gestores das empresas do grupo que acompanham os estudantes como mentores ao longo do curso. A proximidade entre espaço acadêmico e ambiente de trabalho estimula o desenvolvimento de competências práticas, fortalece o vínculo com o mundo profissional e torna o processo formativo mais relevante e conectado às demandas reais do mercado.

Para vivências práticas específicas, especialmente nas áreas de técnicas comerciais, comportamento do consumidor, marketing e gestão financeira, estão disponíveis na sede da Faculdade as instalações do Mercado J&F e do Pic Pay, onde os alunos podem observar e interagir com operações reais. Da mesma forma, o Laboratório de Marcas e a Academia Seara podem ser utilizados para atividades de apreciação e teste de produtos das empresas do grupo, ampliando o contato dos estudantes com os conceitos de branding, experiência do consumidor e inovação.

Esses espaços, aliados a uma proposta pedagógica orientada pela prática, contribuem de forma decisiva para a formação de profissionais com visão estratégica, espírito empreendedor e alta empregabilidade.

11.6 Desenvolvimento de competências profissionais

É consenso, tanto no meio acadêmico quanto na sociedade em geral, que o Ensino Superior contemporâneo não pode se limitar à mera transmissão de conteúdos teóricos. Diante de um cenário profissional cada vez mais dinâmico e exigente, torna-se fundamental que os cursos superiores promovam o desenvolvimento de competências que extrapolem os conhecimentos técnicos, preparando os estudantes para lidar com situações complexas e multifacetadas no mundo do trabalho.

Diversos estudos nacionais e internacionais abordam as competências profissionais do século XXI, tendo como ponto comum a necessidade de que essas habilidades sejam desenvolvidas ao longo de toda a trajetória educacional, desde a educação básica. No Brasil, a Base Nacional Comum Curricular estabelece um referencial importante nesse sentido, ao definir competência como a mobilização de conhecimentos (conceituais e procedimentais), habilidades (práticas, cognitivas e socioemocionais), atitudes e valores, com vistas à resolução de problemas reais e à atuação ética e responsável na vida em sociedade.

Estruturada em dez competências gerais, funcionam como base para o desenvolvimento de competências mais específicas ao longo da formação acadêmica em todos os níveis:

1. Conhecimento: compreensão da realidade e compromisso com a aprendizagem contínua;
2. Pensamento crítico, científico e criativo: formulação de hipóteses, resolução de problemas e criação de soluções;
3. Repertório cultural: valorização e participação em práticas culturais e artísticas diversas;
4. Comunicação: expressão e compartilhamento de ideias, sentimentos e informações em diferentes contextos e linguagens;

5. Cultura digital: uso crítico e ético das tecnologias digitais para produção de conhecimento e protagonismo;
6. Projeto de vida e cidadania: atuação ética, responsável e alinhada aos próprios objetivos pessoais e profissionais;
7. Argumentação: construção e defesa de pontos de vista baseados em evidências;
8. Autoconhecimento e autocuidado: reconhecimento das próprias emoções, limites e potencialidades;
9. Empatia e cooperação: respeito à diversidade e disposição para o trabalho colaborativo;
10. Responsabilidade e protagonismo: ação com autonomia, resiliência e comprometimento coletivo.

Considerando que parte dos estudantes da Faculdade J&F pode apresentar lacunas no desenvolvimento pleno dessas competências, o Curso de Gestão Comercial estabelece, como diretriz formativa, a ampliação e o aprofundamento dessas habilidades por meio da incorporação de quatro competências profissionais centrais, que se articulam às demandas específicas do mercado que são:

1. Competência criativa: capacidade de propor soluções inovadoras na criação de produtos, serviços e processos organizacionais, agregando valor, eficiência e adaptabilidade;
2. Competência analítica: visão sistêmica do negócio, com habilidade para interpretar dados, diagnosticar cenários e tomar decisões embasadas em evidências e contexto;
3. Competência decisória: tomada de decisões fundamentadas em saberes teóricos e práticos, com avaliação crítica dos impactos sobre a organização;
4. Competência motivacional: liderança propositiva, com foco em metas e no engajamento de equipes, promovendo inspiração e cooperação no ambiente de trabalho.

Para atingir esses objetivos, as estratégias pedagógicas adotadas pelos docentes devem priorizar o desenvolvimento das competências previstas nos planos de ensino, estimulando a aprendizagem ativa, significativa e contextualizada. Isso implica a superação do modelo centrado na exposição de conteúdos, promovendo práticas didáticas que favoreçam a construção autônoma do conhecimento e o protagonismo do estudante em sua trajetória formativa.

12 Atividades complementares

O Parecer CNE/CES nº: 239/2008 esclarece a não obrigatoriedade de atividades complementares para os Cursos Superiores de Tecnologia, bem como a carga horária para os que optarem por essa inclusão. No caso do curso de Gestão Comercial da Faculdade J&F, a decisão de incluir essas horas além das obrigatórias que compõem os componentes curriculares é a de ampliar a formação do estudante para além dos temas específicos diretamente ligados à área de estudo.

As atividades complementares têm a finalidade de enriquecer o processo de ensino-aprendizagem, privilegiando a complementação da formação social e profissional.

Visando o senso crítico na análise e na escolha de conteúdo a que se deseja ter acesso para aprofundar-se em determinado segmento da organização, o aluno é estimulado a buscar participações em congressos, conferências, seminários e cursos livres de temas que lhe sejam de interesse a título de atividades complementares, somando-se à sua carga horária formativa. A divulgação, a promoção e o oferecimento dessas atividades fazem parte das políticas institucionais da Faculdade J&F. Para tanto, existem canais de comunicação próprios para essas ações, de forma ampla e sistêmica, voltados à toda a comunidade acadêmica.

São exemplos de atividades complementares: participação em eventos internos e externos à instituição de educação superior, tais como: semanas acadêmicas, congressos, seminários, palestras, conferências, atividades culturais; integralização de cursos de atualização acadêmica e profissional; monitoria acadêmica e atividades de extensão e de iniciação científica.

A fim de comprovar o cumprimento da jornada, são considerados como documentação comprobatória os certificados obtidos pelo aluno, acompanhados de um relato pessoal sobre o quanto essa formação contribuiu para o seu processo de autoconstrução e de autopercepção profissional, alinhando-se ao mercado de trabalho. As atividades complementares são normatizadas institucionalmente por regimento específico (ver Anexo V), emitido pela direção acadêmica da Faculdade J&F.

A gestão das atividades complementares é realizada através da plataforma Moodle, na qual o estudante insere seus certificados e formulários para que a coordenação valide e se necessário oriente o estudante a realizar novos envios. À medida que o estudante insere os documentos comprobatórios de suas atividades complementares, e à medida que essas atividades são validadas pela coordenação, a plataforma contabiliza automaticamente a quantidade de horas realizadas, possibilitando que estudantes e coordenação acompanhem seu desempenho.

13 Gestão acadêmica do curso

O modelo de gestão acadêmica do curso de Gestão Comercial é o mesmo da gestão institucional da Faculdade J&F, considerando-se uma concepção contemporânea em que para a realização dos processos administrativos existe planejamento, execução e monitoramento das ações com vistas a objetivos e metas que se desejam alcançar.

Essas ações são voltadas aos processos de ensino e de aprendizagem e devem:

- avaliar o ambiente, o cenário, o desempenho e os resultados atuais e futuros;
- assegurar o alcance dos objetivos estabelecidos;
- direcionar e orientar a preparação, a articulação e a coordenação de políticas e de planos;
- alinhar funções organizacionais às necessidades das partes interessadas;
- monitorar os resultados, o desempenho e o cumprimento de políticas e de planos.

Um dos princípios básicos da governança eficiente e eficaz no contexto de gestão é a definição coletiva de metas e de estratégias, visando o bem comum. Ao transpor esse conceito para o ambiente acadêmico podemos compreender e contemplar os processos decisórios construídos junto ao núcleo docente estruturante, aos colegiados e aos conselhos, com representações da comunidade acadêmica, definindo, assim, as estratégias mais adequadas.

13.1 Gestão do curso e os processos de avaliação interna e externa

A gestão do curso considera os resultados da autoavaliação institucional e das avaliações externas para aprimorar seus processos, visando a constante evolução do curso, conduzida pela coordenação do curso, amparada pelos membros do Núcleo Docente Estruturante (NDE), que utilizam estes resultados para discutir novos direcionamentos para os processos de ensino e de aprendizagem.

Estas considerações serão validadas pelo Colegiado do Curso. As interações entre coordenação, NDE e colegiado ocorrem por meio de reuniões pedagógicas, estratégicas, independentes e com objetivos específicos.

Ao fim de cada semestre, são realizadas reuniões de planejamento em que são apresentadas as ações desenvolvidas pelo curso, desde a oferta de novos componentes curriculares e/ou organização curricular, eventos de extensão

realizados, resultados de avaliações institucionais (CPA e Enade) e previsões para o próximo semestre letivo.

Eventualmente, a coordenação do curso pode convocar docentes e discentes para discutir, validar e comunicar alterações no processo de ensino e de aprendizagem, bem como diagnosticar resultados insatisfatórios e direcionar para que as orientações adequadas sejam cumpridas. Todo este processo possibilita a tomada de medidas proativas, tanto por parte dos docentes como por parte dos acadêmicos, o que dinamiza as eventuais mudanças na gestão acadêmica.

Nos órgãos deliberativos, como o Colegiado do Curso, a representação discente também possui seu espaço. Esses espaços são preenchidos por acadêmicos que buscam participar das decisões que afetam a vida político-acadêmica do curso. São esses os acadêmicos que defendem e fazem valer os interesses de todos os acadêmicos, cuja representatividade lhes foi confiada. Os discentes têm direito a uma vaga no Colegiado de Curso, com suplente, eleito entre seus pares. Assim, um representante dos acadêmicos participará das reuniões do colegiado, com direito a voz e a voto, repassando posteriormente as decisões aos demais discentes.

A gestão do curso considera os resultados dos processos de avaliação interna e externa para a tomada de decisões quanto ao aprimoramento das estratégias de ensino e de aprendizagem. Os critérios estabelecidos para estas avaliações estão previstos no SINAES (Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior), que integra três modalidades de avaliação para as IES: a avaliação institucional (podendo ser interna ou externa, a primeira por iniciativa própria, a segunda através de um organismo externo de regulação e controle), a avaliação de cursos e o ENADE (Exame Nacional de Desempenho do Estudante).

Com o objetivo de criar espaços institucionais baseados na cultura da avaliação e da autoavaliação, esses mecanismos são pensados como processos participativos, formativos e formadores, que procuram identificar as dificuldades

da IES em uma visão de conjunto, para melhor elaborar e programar medidas corretivas e aperfeiçoar a qualidade da instituição e as ações de todos os atores envolvidos.

A autoavaliação do curso inclui a análise acerca das condições para o pleno desenvolvimento do currículo (características do corpo docente, a adequação de conteúdos à proposta curricular, a infraestrutura física, técnica e administrativa, entre outros), a análise dos processos (o desempenho dos acadêmicos, o fluxo dos componentes curriculares oferecidos, a contribuição das atividades práticas na formação profissional) e as percepções de professores e estudantes sobre as condições globais do curso.

Em outras palavras, a autoavaliação do curso se ocupa das condições e dos problemas de organização didática e pedagógica; do corpo docente, discente, técnico e administrativo; das instalações físicas. Pela CPA são realizadas as seguintes avaliações: alunos avaliam professores e coordenadores; professores avaliam a instituição; professores avaliam cursos e estrutura de apoio para seu funcionamento; técnicos-administrativos avaliam a instituição. Os resultados destas avaliações são disponibilizados à comunidade acadêmica via reuniões junto ao corpo docente e ao corpo técnico-administrativo, via plataforma junto aos discentes e via website junto ao público em geral.

13.2 Coordenação do curso

A coordenação do curso é exercida pela Professora Soraia Dumbra. A docente possui graduação em Publicidade e Propaganda pela Universidade de Ribeirão Preto (1999), MBA em Marketing - Fundação Getúlio Vargas (2001), mestrado em Administração - Université de Poitiers (2004) e especialização em Educação a Distância - UniSEB Interativo (2013). Foi coordenadora de cursos de Pós e Extensão EAD, coordenadora do Curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Estácio UniSEB. Gerente de EAD da Conexia (Grupo SEB). Atuou como Diretora Pedagógica da Escola Paulista de Direito (EPD). Foi Diretora Acadêmica na Law Concept Academy e FADITECH (Highway Educacional),

docente dos Cursos Tecnológicos EAD na área de Gestão e Negócios da Universidade São Francisco. Atuou na área de marketing e publicidade em agências e empresas como a AmBev.

Seu regime de trabalho é de tempo integral, o que possibilita o atendimento das diferentes demandas, considerando a gestão do curso, a relação com os docentes, com os estudantes e com a equipe multidisciplinar, além de favorecer sua representatividade nos colegiados superiores.

Seu tempo de dedicação ao curso permite o planejamento e a execução de um plano de ação para a administração do corpo docente, favorecendo a integração e a melhoria contínua e prevendo indicadores de desempenho na função que são disponibilizados à sua comunidade acadêmica.

São atribuições do coordenador do curso:

- I. Participar e coordenar o planejamento, a organização e a execução de todas as atividades e a avaliação do curso, em consonância com o Colegiado do Curso, com o NDE e com o NEAD, atuando nos momentos presenciais e a distância, em prol da qualidade e do bom andamento do curso em todos os seus aspectos, tendo como fim a formação adequada dos alunos para o exercício da profissão.
- II. Estruturar o cronograma de seleção e de capacitação de professores e de tutores do curso para atuar em EaD;
- III. Atuar diretamente com os conteudistas, com os tutores e com os conselheiros corporativos, objetivando dar suporte técnico e pedagógico tanto no ambiente virtual como presencialmente;
- IV. Implementar os meios tecnológicos que vão viabilizar o processo de ensino-aprendizagem a distância;
- V. Convocar e presidir as reuniões do Colegiado de Curso e do Núcleo Docente Estruturante;
- VI. Representar a Coordenadoria de Curso perante as autoridades e os órgãos da faculdade;

- VII. Elaborar o horário escolar do curso e fornecer à diretoria os subsídios para a organização do calendário acadêmico;
- VIII. Orientar, coordenar e supervisionar as atividades do curso;
- IX. Fiscalizar a observância do regime escolar e o cumprimento dos programas e planos de ensino, bem como a execução dos demais projetos da coordenadoria;
- X. Homologar aproveitamento de estudos e propostas de adaptação de curso;
- XI. Exercer o poder disciplinar no âmbito do curso;
- XII. Executar e fazer cumprir as decisões do Colegiado de Curso e as normas dos demais órgãos da faculdade;
- XIII. Exercer as demais atribuições previstas neste regimento e aquelas que lhe forem atribuídas pelo diretor geral e pelos demais órgãos da faculdade;
- XIV. Opinar sobre admissão, promoção e afastamento de seu pessoal docente;
- XV. Fixar diretrizes e orientações didáticas para o respectivo curso, visando garantir sua qualidade didático-pedagógica;
- XVI. Analisar resultados das avaliações de aprendizagem, internas e externas, identificando possibilidades de melhoria;
- XVII. Compartilhar boas práticas e propor inovações didáticas e metodológicas;
- XVIII. Discutir e propor soluções a problemas oriundos nos processos de ensino-aprendizagem e nas relações interpessoais no contexto do curso.

O regime de trabalho da coordenadora comprometida com o curso é de 44 horas semanais, o que possibilita o atendimento das diferentes demandas, considerando a gestão do curso, a relação com os docentes, com os estudantes e com a equipe multidisciplinar, além de favorecer sua representatividade nos colegiados superiores.

Seu tempo de dedicação ao curso permite o planejamento e a execução de um plano de ação para a administração do corpo docente, favorecendo a integração

e a melhoria contínua e prevendo indicadores de desempenho na função que são disponibilizados à sua comunidade acadêmica.

13.3 Atuação do Colegiado de Curso

O colegiado do curso é institucionalizado a partir de normatização prevista no PDI. Possui regimento específico, em que constam como suas principais atribuições:

- I. acompanhar o andamento do curso nos componentes curriculares e nas atividades que o integram, propondo as alterações que julgar necessárias;
- II. auxiliar a coordenação do curso na condução de seu projeto pedagógico, respeitando as diretrizes curriculares vigentes;
- III. promover a integração dos planos de ensino dos vários componentes curriculares, de forma interdisciplinar tendo em vista o perfil profissional do egresso a ser formado no curso;
- IV. sugerir normas, critérios e providências em matéria de sua competência.
- V. fixar diretrizes e orientações didáticas para o respectivo curso, visando garantir sua qualidade didático-pedagógica;
- VI. coordenar e zelar pelas atividades do curso, incluindo acompanhamento, atualização e avaliação dos componentes curriculares a partir dos pareceres emitidos pelo Núcleo Docente Estruturante;
- VII. planejar a oferta de componentes curriculares, de forma a assegurar o cumprimento da matriz curricular;
- VIII. analisar resultados das avaliações de aprendizagem, internas e externas, identificando possibilidades de melhoria;
- IX. compartilhar boas práticas e propor inovações didáticas e metodológicas;
- X. discutir e propor soluções a problemas oriundos nos processos de ensino e de aprendizagem e nas relações interpessoais no contexto do curso.

Para tanto, o Colegiado de Curso é composto pelo corpo docente, representante da equipe multidisciplinar e representante do corpo discente. O colegiado se reúne periodicamente, mediante agenda estabelecida em calendário acadêmico,

a partir de pauta pré-estabelecida e de registro em ata das deliberações de cada reunião. Esses processos favorecem o acompanhamento e a execução das atividades previstas, bem como a avaliação de seu desempenho, para implementação ou ajuste de práticas de gestão pedagógica.

Para manter a qualidade efetiva do curso proposto, a avaliação contínua é um ponto essencial no processo de condução do projeto pedagógico proposto.

13.4 Núcleo Docente Estruturante (NDE)

A constituição e atuação do Núcleo Docente Estruturante do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial obedece ao Parecer CONAES nº 4 de 17 de junho de 2010. É um órgão de caráter consultivo, constituído por 5 (cinco) professores titulares do corpo docente que atuam no curso e que apresentam relevante liderança acadêmica e presença efetiva no seu desenvolvimento, percebidas na produção de conhecimento na área, no desenvolvimento do ensino e em outras dimensões entendidas como importantes pela instituição. Suas atribuições acadêmicas são direcionadas para a concepção, a implementação, o acompanhamento, a avaliação e a atualização periódica do Projeto Pedagógico do Curso.

São funções específicas do NDE:

- I. Contribuir para consolidação do perfil do egresso do curso;
- II. Propor atualizações e conduzir os trabalhos de reestruturação do projeto pedagógico do curso, para aprovação no Colegiado de Curso, sempre que necessário;
- III. Supervisionar as formas de avaliação interna e externa de acompanhamento do curso, definidas pelo Colegiado;
- IV. Analisar e avaliar os Planos de Ensino dos componentes curriculares para aprovação no Colegiado de Curso;
- V. Zelar pela integração curricular interdisciplinar entre as diferentes atividades de ensino constante no currículo;

- VI. Indicar formas de incentivo ao desenvolvimento das atividades de extensão, oriundas de necessidades dos estudantes e das exigências do mercado de trabalho, alinhadas às políticas públicas relativas à área de conhecimento do curso;
- VII. Reunir-se periodicamente conforme planejado em calendário do curso, com pauta previamente definida e registro em ata das deliberações de cada reunião;
- VIII. Planejar procedimentos para permanência de parte de seus membros até o ato regulatório seguinte.

O NDE dispõe de regulamento próprio que pode ser verificado no Anexo VI.

O NDE do curso está constituído por cinco docentes, dos quais 100% trabalham em regime de tempo integral, sendo que 80% dos componentes possuem titulação em pós-graduação *stricto sensu* e tem a coordenadora, como representante, assim como demonstrado no quadro a seguir:

NÚCLEO DOCENTE ESTRUTURANTE DO CURSO GESTÃO COMERCIAL			
Nome	Formação acadêmica	Titulação	Regime de Trabalho
Soraia Dumbra	Mestrado em Administração Especialização em Educação a Distância MBA Executivo em Marketing	Mestre	Integral
Zacarias Gonçalves de Oliveira Junior	Doutorado em Administração Mestrado em Administração Especialização MBA em TI e a Nova Economia. Graduação Tecnológica em Processamento de Dados Graduação em Teologia	Doutor	Integral
Irani Campos Marchiori	Doutorado em Psicologia Mestrado em Psicologia Graduação em Pedagogia	Doutora	Integral
Silvia Maria Moretti Morgan	Mestrado em Administração Especialização em Marketing Graduação em Publicidade e Propaganda	Mestre	Integral

André Luiz Vivan Clarizia	Especialização em Gestão de Pessoas Especialização em Gestão de Estratégia em Vendas	Especialista	Integral
------------------------------	---	--------------	----------

14 Equipe multidisciplinar

Por se tratar de um curso na modalidade EaD, a faculdade possui o Núcleo de Educação a Distância (NEaD) do qual faz parte uma equipe multidisciplinar capacitada e responsável pela concepção, pela produção e pela disseminação de tecnologias, de metodologias e dos recursos educacionais para a educação a distância.

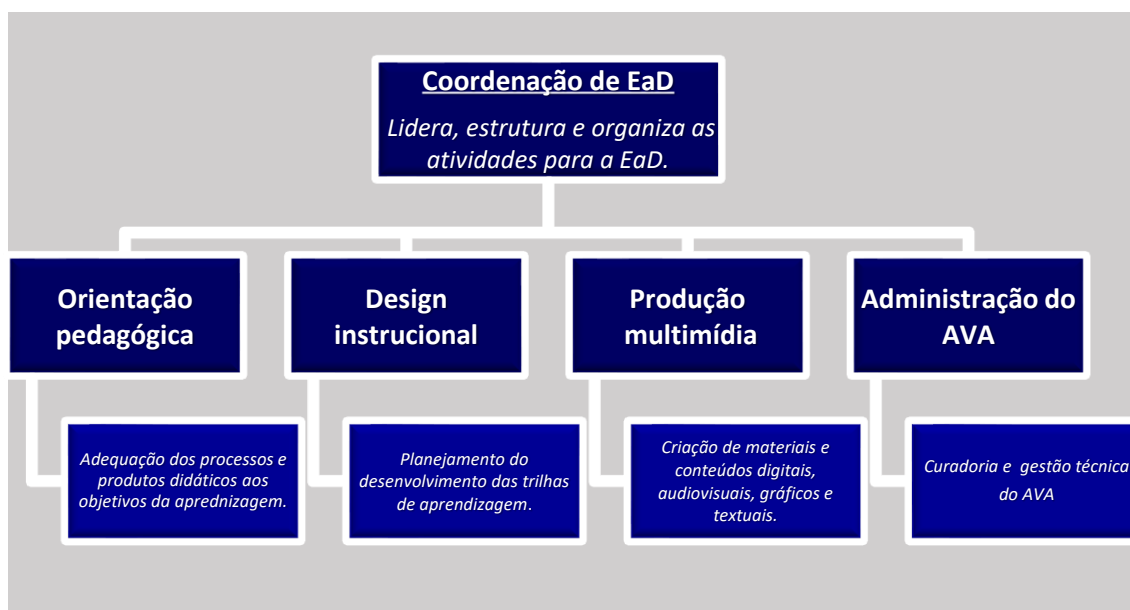
O grupo é formado por professores e especialistas nas áreas de conhecimento dos componentes curriculares, assim como profissionais habilitados para as atividades a seguir elencadas:

1. Produção de conteúdo didático:
 - a. Criação de conteúdo teórico específico dos componentes curriculares dos cursos, por especialistas nas diferentes áreas de conhecimento denominados de professores conteudistas.
2. Design instrucional:
 - a. Planejamento, criação, implementação e avaliação do desenvolvimento didático das aulas, tendo em vista os objetivos da aprendizagem previstos nos planos de ensino, no perfil profissional do egresso e nos objetivos do curso.
3. Design gráfico:
 - a. Planejamento e criação da arte e da editoração gráfica dos materiais didáticos, de comunicação do AVA e da plataforma.
4. Produção textual:
 - a. Criação e revisão textual dos materiais didáticos e demais conteúdo da plataforma, do AVA e outros destinados à comunicação interna e externa.

5. Produção audiovisual multimídia:
 - a. Criação de peças de vídeo e de áudio para uso no AVA e na plataforma e de outros destinados à comunicação interna e externa.
6. Tecnologias digitais de informação e de comunicação:
 - a. Suporte e manutenção do setor de tecnologia de informação da Faculdade J&F para a garantia de operação de todos os recursos tecnológicos de informação e de comunicação dos cursos em EaD.
7. Programação e gestão do ambiente virtual de aprendizagem:
 - a. Gerenciamento das operações da plataforma e do AVA para a execução as aulas por parte dos alunos, dos tutores e dos demais responsáveis pelos processos de ensino e de aprendizagem.
8. Orientação pedagógica para EaD:
 - a. Planejamento, execução, avaliação e gestão de todos os processos e produtos pedagógicos voltados aos processos de ensino e de aprendizagem realizados na modalidade EaD.

A estrutura básica da equipe multidisciplinar pode ser observada na figura a seguir.

Equipe Multidisciplinar da Faculdade J&F



O NEaD, como órgão de apoio à gestão acadêmica, atua para executar as políticas e diretrizes da Educação a Distância, vinculada à Diretoria Acadêmica e às Coordenações de Cursos e tem como atribuição:

- I. coordenar a execução das políticas e das diretrizes para Educação a Distância;
- II. propor a estrutura física e de recursos necessários ao desenvolvimento dos cursos e/ou programas de EaD;
- III. acompanhar e avaliar a execução do processo de ensino-aprendizagem nos cursos ofertados na modalidade a distância;
- IV. responsabilizar-se pela logística no processo de controle de produção ou de distribuição de material didático;
- V. apoiar todas as atividades pedagógicas necessárias ao desenvolvimento dos planos de ensino;
- VI. trabalhar em conjunto, de forma cooperativa, em propostas e soluções para a otimização dos processos de ensino;
- VII. analisar os resultados obtidos pelos componentes curriculares por ele apoiados, diga-se a avaliação do processo acadêmico dos cursos, a avaliação do desempenho docente, dos componentes curriculares e a autoavaliação do aluno, detectando fragilidades a serem corrigidas e potencialidades a serem reforçadas;
- VIII. promover o estudo permanente das disposições legais acerca da EaD, tendo em vista a adoção de medidas para as adequações necessárias;
- IX. elaborar o Plano de Ação anual em acordo com o PDI, o PPI e o PPC dos cursos da Faculdade J&F, por meio das informações obtidas das coordenações de cursos, NDE e CPA (com base no diagnóstico resultante das análises referidas anteriormente);
- X. incentivar os docentes para a realização de projetos de pesquisa científica relacionados com a utilização da modalidade de Educação a Distância (EaD).

A equipe técnica-pedagógica do NEAD atua em consonância aos diferentes cursos oferecidos pelo Instituto J&F, tem um plano de ação para a implementação das atividades programadas, mantém documentados os processos de trabalho formalizados e possui regulamento que pode ser verificado no Anexo VII.

Equipe multidisciplinar	
Nome	Função
Guilherme Bravo Alves	Gerente do NEAD e da produção multimídia
André Paulo de Oliveira	Coordenador técnico de audiovisual
Zacarias Gonçalves de Oliveira Junior	Líder do comitê gestor de TI
João Victor Oliveira de Souza	Administrador do Moodle
Cristina Brito Fernandes	Revisora textual
Tamara Saada	Designer gráfico
Francisco Everton Almeida da Silva	Designer instrucional
Irani Campos Marchiori	Pedagoga

15 Corpo docente e tutorial

O corpo docente e tutorial do curso de Gestão Comercial é constituído por professores-tutores que possuem, em sua totalidade titulação, experiência acadêmica e experiência profissional excelentes, que justificam sua capacidade para a vinculação aos componentes curriculares que ministram. A opção de que as atividades de tutoria sejam realizadas pelos próprios docentes responsáveis pelas disciplinas justifica-se pelos padrões de alta qualificação necessários ao desempenho do papel de tutoria a que coadunamos.

O quadro a seguir apresenta a distribuição dos professores-tutores às respectivas disciplinas da matriz curricular do curso.

15.1 Quadro docente tutorial do curso Gestão Comercial

Módulo/ semestre	Componente curricular	Docente-Tutor	Titulação	Regime de trabalho
1	Administração de vendas: planejamento e rotinas	Humberto Carlos Moura da Silva Júnior	Especialista	Parcial
1	Técnica de vendas: comunicação e rotinas	André Luiz Vivan Clarizia	Especialista	Integral
1	Análise de campo I	André Luiz Vivan Clarizia	Especialista	Integral
1	Líder de si e do outro	Irani Campos Marchiori	Doutora	Integral
1	Gestão de equipes - coaching I	Humberto Carlos Moura da Silva Júnior	Especialista	Parcial
1	Finanças e contabilidade: da introdução ao balanço patrimonial	Zacarias Gonçalves de Oliveira Junior	Doutor	Integral
1	Check de metas I	André Luiz Vivan Clarizia	Especialista	Integral
1	Análise e desenvolvimento de negócios	Humberto Carlos Moura da Silva Júnior	Especialista	Parcial
1	Desafios Reais de Negócios I	Soraia Dumbra	Mestre	Integral
1	Sociedade e cultura	Irani Campos Marchiori	Doutora	Integral
1	Aprendizagem EAD	Irani Campos Marchiori	Doutora	Integral
2	Administração de vendas: tecnologia	Zacarias Gonçalves de Oliveira Junior	Doutor	Integral
2	Técnicas de vendas: argumentos e técnicas de persuasão	Humberto Carlos Moura da Silva Júnior	Especialista	Parcial
2	Logística	Humberto Carlos Moura da Silva Júnior	Especialista	Parcial
2	Análise de campo II	André Luiz Vivan Clarizia	Especialista	Integral
2	Líder do outro e do negócio	Irani Campos Marchiori	Doutora	Integral
2	Gestão de equipes - coaching II	Humberto Carlos Moura da Silva Júnior	Especialista	Parcial
2	Finanças e contabilidade: DRE, fluxo de caixa e tributos	Zacarias Gonçalves de Oliveira Junior	Doutor	Integral
2	Pricing	Zacarias Gonçalves de Oliveira Junior	Doutor	Integral
2	Check de metas II	André Luiz Vivan Clarizia	Especialista	Integral

2	Desafios Reais de Negócios II	Soraia Dumbra	Mestre	Integral
3	Trade Marketing: Introdução, estratégia e mix	Silvia Maria Moretti Morgan	Mestre	Integral
3	Marketing: 4 Ps	Silvia Maria Moretti Morgan	Mestre	Integral
3	Análise de campo III	André Luiz Vivan Clarizia	Especialista	Integral
3	Gestão de equipes - coaching III	Humberto Carlos Moura da Silva Júnior	Especialista	Parcial
3	Check de metas III	André Luiz Vivan Clarizia	Especialista	Integral
3	Desafios Reais de Negócios III	Soraia Dumbra	Mestre	Integral
3	Prática extensionista I	Soraia Dumbra	Mestre	Integral
4	Trade Marketing: estruturas e JBP	Humberto Carlos Moura da Silva Júnior	Especialista	Parcial
4	Marketing: Construindo marcas	Silvia Maria Moretti Morgan	Mestre	Integral
4	Análise de campo IV	André Luiz Vivan Clarizia	Especialista	Integral
4	Gestão de equipes - coaching IV	Humberto Carlos Moura da Silva Júnior	Especialista	Parcial
4	Check de metas IV	André Luiz Vivan Clarizia	Especialista	Integral
4	Desafios Reais de Negócios IV	Soraia Dumbra	Mestre	Integral
4	Prática extensionista II	Soraia Dumbra	Mestre	Integral
4	OPTATIVA			
	Disciplinas optativas			
	LIBRAS	Irani Campos Marchiori	Doutora	Integral
	Introdução ao merchandising	Silvia Maria Moretti Morgan	Mestre	Integral
	Trade Marketing Aplicado	Soraia Dumbra	Mestre	Integral
	Gestão de Crédito e cobrança	Zacarias Gonçalves de Oliveira Júnior	Doutor	Integral
	Armazenagem	Humberto Carlos Moura da Silva Júnior	Especialista	Parcial
	Gestão de pessoas aplicada	Irani Campos Marchiori	Doutora	Integral
	Distribuição	Humberto Carlos Moura da Silva Júnior	Especialista	Parcial
	Gestão de Compras e Estratégias Comerciais	Zacarias Gonçalves de Oliveira Júnior	Doutor	Integral

Para a Faculdade J&F, o professor-tutor é um profissional orientador, instigador, aquele que vai levar os alunos ao trabalho cooperativo e colaborativo. O exercício de tutoria por profissional qualificado potencializa o diálogo, a troca de conhecimentos e a produção coletiva dos seus estudantes.

Para a seleção do corpo docente-tutorial foi realizada uma análise dos predicados dos profissionais indicados pelo Núcleo Docente Estruturante, sendo documentada em respectiva ata, tendo como pauta a atribuição de componentes curriculares em função da formação e experiência

15.2 Titulação do corpo docente tutorial

O corpo docente do curso é constituído por professores altamente qualificados, sendo a maioria com titulação em programas de pós-graduação *stricto sensu* (mestrado e doutorado), além de formação específica em cursos diretamente relacionados às áreas de conhecimento das disciplinas pelas quais são responsáveis. Essa qualificação assegura não apenas a transmissão de conteúdos atualizados e pertinentes, mas também a integração entre teoria e prática, fundamental para a formação de profissionais críticos, reflexivos e preparados para os desafios contemporâneos da área de Gestão Comercial.

São atribuições principais do corpo docente-tutorial coerentes às suas áreas de formação e titulação:

- I. Analisar o conteúdo dos componentes curriculares, abordando a sua relevância para a atuação profissional e acadêmica do discente;
- II. Fomentar o raciocínio crítico com base em literatura atualizada, para além da bibliografia proposta;
- III. Proporcionar acesso a conteúdo de inovação, casos de sucesso e pesquisa de ponta, relacionando-os aos objetivos dos componentes curriculares e ao perfil do egresso;
- IV. Incentivar a produção do conhecimento, por meio de grupos de estudo, de pesquisa e de publicações.

Nome	Corpo docente: titulação
Andre Luiz Vivan Clarizia	Especialista
Humberto Carlos Moura da Silva Junior	Especialista
Irani Campos Marchiori	Doutorado
Silvia Maria Santiago Moretti	Mestrado
Soraia Dumbra	Mestrado
Zacarias Gonçalves de Oliveira Junior	Doutorado

15.3 Experiência profissional do corpo docente tutorial

O corpo docente-tutorial selecionado para o curso é escolhido com base em três critérios principais, contemplados no processo de admissão para a função:

- I. Formação acadêmica e técnica: Comprovação por meio de diplomas de formação técnica, graduação e pós-graduação, conforme as exigências do curso e da área de atuação.
- II. Experiência profissional na área: Comprovação por meio de registros formais em Carteira de Trabalho, contratos e histórico profissional documentado em currículo atualizado, evidenciando atuação prática no campo correspondente.
- III. Competência didático-pedagógica: Aferida por meio de avaliações específicas realizadas durante o processo seletivo, tais como aulas demonstrativas, entrevistas e demais instrumentos voltados à análise do desempenho docente-tutorial.

Para a vinculação aos componentes da matriz curricular do curso, considera-se a aderência ao perfil do egresso pela relação entre a sua experiência profissional e seu desempenho didático-educacional, de modo a caracterizar sua capacidade de:

- I. apresentação de exemplos contextualizados com relação a problemas práticos;

- II. aplicação da teoria ministrada em diferentes unidades curriculares em relação ao fazer profissional;
- III. atualização em relação à interação entre conteúdo e prática;
- IV. compreensão da aplicação da interdisciplinaridade no contexto laboral;
- V. análise das competências previstas no PPC, considerando o conteúdo abordado e a profissão.

Considerando-se os professores atuantes e previstos para todos os módulos da matriz curricular, a experiência profissional do corpo docente na área do curso e nos componentes curriculares a eles atribuídas atende aos requisitos necessários às suas atribuições previstas, podendo ser considerada como excelente.

Nome	Experiência profissional do corpo docente em anos
Andre Luiz Vivan Clarizia	25
Humberto Carlos Moura da Silva Junior	13
Irani Campos Marchiori	46
Silvia Maria Santiago Moretti	14
Soraia Dumbra	29
Zacarias Gonçalves de Oliveira Junior	28

15.4 Regime de trabalho do corpo docente tutorial do curso

Com exceção do prof. Humberto, todos os docentes do curso estão contratados em regime de trabalho integral. Essa característica possibilita o atendimento integral das demandas acadêmicas, considerando a dedicação à docência, o atendimento aos estudantes, a participação no colegiado, o planejamento didático, a preparação e a correção das avaliações de aprendizagem.

As atribuições individuais são descritas no plano de ação semestral da coordenação do curso, detalhando-se a carga horária total por atividade, sendo analisadas a seguir ao fim do período letivo, a fim de fornecerem indicadores de

avaliação para a gestão de melhorias contínuas. Os registros das atividades e seus respectivos resultados são documentados nas atas de reunião do Colegiado de Curso.

Nome	Regime de trabalho do corpo docente do curso
Andre Luiz Vivan Clarizia	Tempo Integral
Humberto Carlos Moura da Silva Junior	Parcial
Irani Campos Marchiori	Tempo Integral
Silvia Maria Santiago Moretti	Tempo Integral
Soraia Dumbra	Tempo Integral
Zacarias Gonçalves de Oliveira Junior	Tempo Integral

15.5 Experiência do corpo docente tutorial no exercício da docência superior

Para a composição do corpo docente-tutorial, sua experiência no exercício do magistério superior é critério de extrema importância, sendo analisada e comprovada a partir dos registros de trabalho e currículo profissional.

Esse critério se justifica porque, considerando-se o perfil do egresso, é necessário que seu desempenho em sala de aula seja capaz de:

- I. promover ações que permitem identificar as dificuldades dos alunos;
- II. expor o conteúdo em linguagem aderente às características da turma;
- III. apresentar exemplos contextualizados com os conteúdos dos componentes curriculares;
- IV. planejar atividades específicas para a promoção da aprendizagem de alunos com dificuldades;
- V. elaborar avaliações diagnósticas, formativas e somativas, utilizando os resultados para redefinição de sua prática docente no período;
- VI. exercer liderança e ter sua produção reconhecida.

Considerando-se a totalidade dos docentes-tutores atuantes no curso, a experiência profissional no exercício do magistério superior do grupo é excelente.

Nome	Experiência do corpo docente no exercício da docência superior (em anos)
Andre Luiz Vivan Clarizia	04
Humberto Carlos Moura da Silva Junior	01
Irani Campos Marchiori	47
Silvia Maria Santiago Moretti	14
Soraia Dumbra	20
Zacarias Gonçalves de Oliveira Junior	19

15.6 Experiência do corpo docente tutorial em EaD

A experiência do corpo docente em Educação a Distância é de fundamental importância, especialmente considerando que todo o processo de ensino e aprendizagem ocorre em ambiente virtual e predominantemente assíncrono.

Embora a interação não se dê em espaço físico presencial, as competências exigidas para o exercício do magistério superior permanecem indispensáveis na atuação dos docentes tutores, em razão das características específicas do perfil dos estudantes e dos contextos próprios da EaD.

Nesse cenário, exige-se que os docentes sejam profissionais habilitados a:

- I. Oferecer suporte qualificado às atividades pedagógicas dos docentes;
- II. Realizar mediação pedagógica ativa e contínua junto aos discentes;
- III. Manter uma postura relacional empática, ética e acolhedora com os estudantes;
- IV. Contribuir efetivamente para o aprimoramento dos processos de ensino e aprendizagem;

- V. Orientar os alunos com sugestões de leituras, atividades e materiais complementares alinhados ao perfil do egresso;
- VI. Identificar e registrar as dificuldades de aprendizagem dos estudantes, propondo estratégias para superá-las;
- VII. Comunicar-se com clareza, utilizando linguagem acessível e apropriada ao público-alvo;
- VIII. Apresentar exemplos contextualizados, que facilitem a compreensão e a aplicação prática dos conteúdos curriculares;
- IX. Colaborar com os docentes na elaboração de atividades específicas para apoiar estudantes com dificuldades;
- X. Empregar práticas pedagógicas inovadoras e comprovadamente eficazes no contexto da educação a distância.

Assim, a atuação dos tutores vai além do suporte técnico ou administrativo, configurando-se como peça-chave na mediação didático-pedagógica e no sucesso da formação discente em cursos ofertados na modalidade EaD.

Nome	Experiência do corpo docente em EaD (em anos)
Andre Luiz Vivan Clarizia	04
Humberto Carlos Moura da Silva Junior	03
Irani Campos Marchiori	19
Silvia Maria Santiago Moretti	14
Soraia Dumbra	15
Zacarias Gonçalves de Oliveira Junior	19

15.7 Experiência no exercício da tutoria na educação a distância

No Curso de Gestão Comercial, os próprios docentes das unidades curriculares exercem, simultaneamente, a função de tutores. Essa diretriz tem como objetivo integrar docência e tutoria de forma orgânica, fortalecendo o acompanhamento pedagógico e assegurando a coerência entre os conteúdos ministrados, as estratégias de ensino e as necessidades formativas dos estudantes.

Para o adequado desempenho da função de docente-tutor, são observados critérios essenciais, descritos a seguir:

I. Domínio curricular e alinhamento ao Projeto Pedagógico do Curso (PPC):

a. Demonstrar conhecimento aprofundado do currículo, dos objetivos do curso e das competências a serem desenvolvidas, compreendendo a articulação entre conteúdos, metodologias, práticas avaliativas e perfil profissional do egresso.

II. Maturidade emocional e empatia no relacionamento com os estudantes:

a. Atuar com equilíbrio emocional, sensibilidade e escuta ativa, adotando uma postura acolhedora, ética e resolutiva. Essa atuação favorece a permanência, o engajamento e o desempenho acadêmico dos estudantes ao longo de sua trajetória formativa.

III. Competência no relacionamento interpessoal e institucional:

a. Estabelecer relações colaborativas com os discentes, com a coordenação de curso e com a equipe pedagógica, promovendo o diálogo construtivo, a mediação de conflitos e a implementação de práticas que contribuam para o desenvolvimento integral dos alunos.

IV. Fluência no uso de tecnologias educacionais:

a. Dominar o uso das ferramentas digitais e do Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), orientando os estudantes em sua navegação, uso adequado dos recursos e resolução de eventuais dificuldades técnicas.

V. Proatividade e foco na promoção da aprendizagem:

a. Atuar proativamente, voltado à detecção precoce de dificuldades acadêmicas e à proposição de estratégias para superação dos obstáculos à

aprendizagem. Isso inclui monitorar a participação dos estudantes, oferecer devolutivas qualificadas e propor atividades complementares quando necessário.

Ao unificar as funções de docência e tutoria, o curso reforça o compromisso com um acompanhamento pedagógico qualificado, próximo e humanizado, contribuindo significativamente para o êxito acadêmico dos estudantes e a efetividade da formação profissional.

Nome	Experiência no exercício da tutoria na educação a distância (em anos)
Andre Luiz Vivan Clarizia	04
Humberto Carlos Moura da Silva Junior	03
Irani Campos Marchiori	19
Silvia Maria Santiago Moretti	14
Soraia Dumbra	15
Zacarias Gonçalves de Oliveira Junior	19

15.8 Titulação e formação do corpo de tutores do curso

A maior parte do corpo docente-tutorial é composta por profissionais com titulação em programas de pós-graduação stricto sensu (mestrado e/ou doutorado), o que assegura a excelência acadêmica e científica no desenvolvimento das atividades pedagógicas. Todos os docentes possuem formação em cursos de graduação nas áreas afins aos componentes curriculares que ministram, garantindo aderência entre a formação profissional e os conteúdos sob sua responsabilidade.

As atribuições do corpo docente-tutorial são alinhadas à sua formação e titulação, e orientadas para a promoção de uma aprendizagem crítica, contextualizada e inovadora. Entre suas principais responsabilidades, destacam-se:

- I. Analisar criticamente os conteúdos das unidades curriculares, evidenciando sua relevância teórica e prática para a atuação profissional e acadêmica do discente, em consonância com o Projeto Pedagógico do Curso (PPC).

II. Estimular o raciocínio crítico-reflexivo, promovendo a leitura e o debate com base em literatura científica atualizada, ampliando as referências bibliográficas para além daquelas previstas no plano de ensino.

III. Viabilizar o acesso a conhecimentos inovadores, como estudos de caso, experiências de mercado e pesquisas de ponta, relacionando-os de forma clara aos objetivos formativos das disciplinas e ao perfil do egresso.

IV. Incentivar a produção e a socialização do conhecimento, por meio da formação de grupos de estudo, atividades de pesquisa e estímulo à publicação acadêmica, fortalecendo o protagonismo dos estudantes no processo formativo. Essa qualificação do corpo docente-tutorial reforça o compromisso institucional com uma formação sólida, ética, atualizada e alinhada às demandas contemporâneas do mercado de trabalho e da educação superior.

Nome	Corpo docente: titulação.	Formação
Andre Luiz Vivan Clarizia	Especialista	Especialização em Gestão de Pessoas; Especialização em Gestão Estratégica de Vendas; Graduação em Administração.
Humberto Carlos Moura da Silva Junior	Especialista	Especialização - MBA Executivo em Gestão de Projetos; Especialização - MBA Executivo Marketing Managing General; Graduação em Administração. Regime de trabalho: Integral.
Irani Campos Marchiori	Doutorado	Doutorado em Psicologia, Mestrado em Psicologia, Graduação em Pedagogia.
Silvia Maria Santiago Moretti	Mestrado	Mestrado em Administração. Especialização em Marketing; Graduação em Publicidade e Propaganda
Soraia Dumbra	Mestrado	Mestrado em Administração; Especialização em Educação a Distância; Especialização - MBA Executivo em Marketing; Graduação em Publicidade e Propaganda
Zacarias Gonçalves de Oliveira Junior	Doutorado	Doutorado em Administração, Mestrado em Administração, Especialização MBA - T.I. aplicada à nova economia; Graduação em Tecnologia em Processamento de Dados; Graduação em Teologia.

15.9 Interação entre docentes, tutores e coordenador de curso

Para que seja possível realizar os processos de ensino-aprendizagem na modalidade de educação a distância é imprescindível a interação entre os responsáveis diretos por esses procedimentos.

Para tanto, as reuniões de Colegiado de Curso são as ocasiões mais propícias para esse intercâmbio, na medida em que proporcionam condições de mediação e de articulação entre tutores-docentes e coordenador do curso, já que consideram a análise sobre a interação para encaminhamento de questões do curso e preveem avaliações periódicas para a identificação de problemas ou para o incremento na interação entre os interlocutores.

Os docentes ainda podem se comunicar entre eles e com a coordenação do curso através de comunicados via plataforma, treinamentos diversos, e ferramentas de comunicação como Webex, e-mail e Whatsapp.

15.10 Atividades de tutoria

No Curso Gestão Comercial, os próprios docentes das unidades curriculares exercem, simultaneamente, a função de tutores. Essa diretriz tem como objetivo integrar docência e tutoria de forma orgânica, fortalecendo o acompanhamento pedagógico e assegurando a coerência entre os conteúdos ministrados, as estratégias de ensino e as necessidades formativas dos estudantes.

Para o adequado desempenho da função de docente-tutor, são observados critérios essenciais, descritos a seguir:

- I. Domínio curricular e alinhamento ao Projeto Pedagógico do Curso (PPC):
 - a. Demonstrar conhecimento aprofundado do currículo, dos objetivos do curso e das competências a serem desenvolvidas, compreendendo a articulação entre conteúdos, metodologias, práticas avaliativas e perfil profissional do egresso.
- II. Maturidade emocional e empatia no relacionamento com os estudantes:
 - a. Atuar com equilíbrio emocional, sensibilidade e escuta ativa, adotando uma postura acolhedora, ética e resolutive. Essa atuação favorece a permanência, o engajamento e o desempenho acadêmico dos estudantes ao longo de sua trajetória formativa.
- III. Competência no relacionamento interpessoal e institucional:

- a. Estabelecer relações colaborativas com os discentes, com a coordenação de curso e com a equipe pedagógica, promovendo o diálogo construtivo, a mediação de conflitos e a implementação de práticas que contribuam para o desenvolvimento integral dos alunos.
- IV. Fluência no uso de tecnologias educacionais:
 - a. Dominar o uso das ferramentas digitais e do Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), orientando os estudantes em sua navegação, uso adequado dos recursos e resolução de eventuais dificuldades técnicas.
- V. Proatividade e foco na promoção da aprendizagem:
 - a. Atuar proativamente, voltado à detecção precoce de dificuldades acadêmicas e à proposição de estratégias para superação dos obstáculos à aprendizagem. Isso inclui monitorar a participação dos estudantes, oferecer devolutivas qualificadas e propor atividades complementares quando necessário.

Ao unificar as funções de docência e tutoria, o curso reforça o compromisso com um acompanhamento pedagógico qualificado, próximo e humanizado, contribuindo significativamente para o êxito acadêmico dos estudantes e a efetividade da formação profissional.

15.11 Conhecimentos, habilidades e atitudes necessárias às atividades de tutoria

Os conhecimentos, habilidades e atitudes da equipe de tutoria foram previstos adequadamente para que as atividades e ações estejam alinhadas ao PPC, às demandas comunicacionais e às tecnologias previstas para o curso, com planejamento de avaliações periódicas para identificar necessidade de capacitação dos tutores e apoio institucional para adoção de práticas criativas e inovadoras para a permanência e êxito dos discentes.

Para tanto, é fundamental que o tutor:

- I. Tenha amplo conhecimento sobre o currículo e o plano de curso do projeto pedagógico de cada curso, atentando-se para as suas especificidades de conteúdo, abordagens e práticas;
- II. Demonstre plena maturidade emocional para lidar com as situações a serem apresentadas pelos estudantes, mantendo-lhe empático ao aluno e com uma abordagem sempre positiva, visando apoiar e motivar o aluno no cumprimento das atividades educativas;
- III. Tenha um bom relacionamento interpessoal para estabelecer um vínculo saudável com os alunos e com os demais membros da equipe acadêmica, estando hábil a um diálogo assertivo e próspero, seja no apoio dos programas, projetos e ações propostas ou na sugestão de novos objetos que visem o pleno desenvolvimento dos alunos;
- IV. Esteja devidamente habilitado e capacitado, conhecendo todos os ambientes de aprendizagem virtual que são utilizados pelos alunos, assim como todas as ferramentas de produção e de interlocução com a instituição de ensino, estando apto a orientar devidamente os estudantes na intercorrência de alguma dificuldade que venha a encontrar;
- VI. Seja proativo, sempre antevendo alguma situação que possa colocar em risco a aprendizagem dos estudantes ou qualquer prejuízo que ele venha a ter com relação ao seu desempenho no curso, seja na participação das atividades propostas ou no aproveitamento dos conteúdos, demonstrado nos objetos avaliativos.

16 Tecnologias de informação e comunicação no processo de ensino-aprendizagem

A Faculdade J&F disponibiliza aos seus estudantes e docentes um conjunto de recursos tecnológicos e de comunicação que potencializam a qualidade do processo de ensino-aprendizagem. O Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) é estruturado na plataforma Moodle, reconhecida internacionalmente por sua robustez e flexibilidade. O AVA possibilita a difusão de conteúdos multimidiáticos, incorpora recursos de acessibilidade e integra ferramentas de comunicação síncrona e assíncrona, incluindo um sistema de chatbot para apoio e esclarecimento de dúvidas, favorecendo a interação contínua entre estudantes e equipe acadêmica.

A infraestrutura tecnológica conta ainda com laboratório de informática equipado com notebooks e acesso à rede de alta velocidade, espaço destinado ao estudo, realização de atividades acadêmicas e avaliações. Complementarmente, os estudantes têm acesso a uma biblioteca digital integrada ao AVA, composta por amplo acervo atualizado de livros, artigos, periódicos e bases de dados, assegurando suporte às demandas de ensino, pesquisa e extensão.

Para as atividades síncronas, a instituição utiliza ferramentas consolidadas de videoconferência, como Webex e Microsoft Teams, que permitem a realização de aulas ao vivo, reuniões acadêmicas e atendimentos individualizados, ampliando as possibilidades de interação e engajamento no ambiente virtual.

A equipe acadêmica recebe capacitações permanentes a cada novo recurso tecnológico implantado, assegurando o uso pedagógico qualificado das ferramentas e a constante atualização das práticas de ensino. Dessa forma, os recursos tecnológicos e de comunicação da Faculdade J&F não apenas dão suporte às atividades didático-pedagógicas, mas também contribuem para a inovação metodológica, a acessibilidade e a aproximação dos estudantes à realidade digital do mercado contemporâneo.

Com o objetivo de assegurar condições adequadas de participação nas atividades acadêmicas, os professores recebem, em regime de comodato, um computador notebook com as configurações e aplicativos necessários, garantindo o pleno funcionamento em ambientes online e offline.

Na modalidade de Educação a Distância (EaD), é diretriz institucional que o uso das tecnologias seja fundamentado em critérios pedagógicos rigorosos, cabendo aos docentes tutores a responsabilidade de selecionar as ferramentas mais adequadas aos objetivos de aprendizagem. O uso das TIC, dessa forma, é condição estruturante da proposta formativa do curso, garantindo não apenas o acesso aos conteúdos, mas também a promoção de uma cultura digital crítica, criativa e interativa, essencial para a formação de profissionais conscientes e preparados para atuar em um mundo em constante transformação.

16.1 Ambiente Virtual de Aprendizagem (LMS)

A Faculdade J&F disponibiliza à sua comunidade acadêmica um robusto Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), baseado na plataforma Moodle, que integra diversos recursos digitais de apoio pedagógico, tais como acervo de conteúdos, biblioteca virtual, fóruns de discussão, atividades interativas e ferramentas de avaliação. Essa infraestrutura tecnológica tem como objetivo facilitar o processo de ensino e aprendizagem, promovendo a autonomia do estudante e o trabalho colaborativo entre docentes, tutores e discentes.

O AVA da faculdade J&F é integrado com o portal do aluno, no qual os estudantes podem acessar seus contratos e demais documentos acadêmicos, além de se integrado também com a Minha Biblioteca, na qual o aluno tem a sua disposição o acervo de livros digitais.

O Moodle é uma plataforma amplamente consolidada no meio educacional, reconhecida pela sua versatilidade, escalabilidade e aderência às diretrizes pedagógicas da educação superior. Por meio dela, a instituição organiza as páginas dos componentes curriculares, os grupos de trabalho e as comunidades

de aprendizagem, proporcionando um espaço dinâmico para interação, acesso e produção de conhecimento.

A plataforma permite a realização de funções essenciais, como:

- Gestão de usuários e turmas;
- Importação e organização de dados acadêmicos;
- Criação e personalização de planos de ensino e planos de aprendizagem;
- Aplicação de avaliações, questionários e atividades interativas;
- Acesso a fóruns, chats, glossários, mídias e materiais didáticos digitais;
- Integração com ferramentas de videoconferência e recursos do Microsoft Office 365 (Word, Excel, PowerPoint, entre outros).

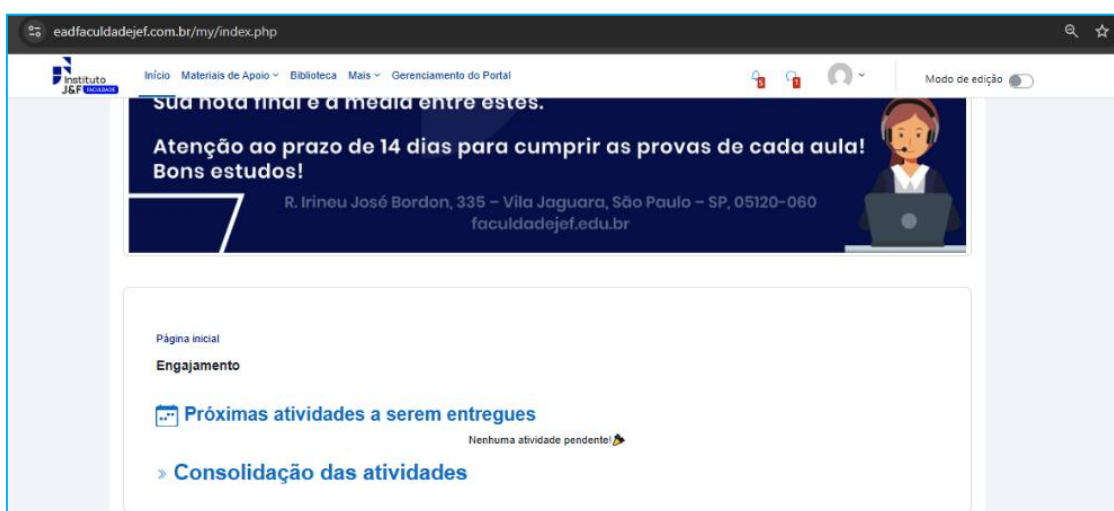
As aulas e atividades síncronas ocorrem por meio do Webex que é uma ferramenta de videoconferência integrada ao Moodle, sendo gravadas e disponibilizadas para acesso posterior, o que amplia a flexibilidade do processo de aprendizagem. Além disso, o acesso ao AVA é possível por meio de diversos dispositivos (computador, notebook, tablet ou smartphone), promovendo acessibilidade e mobilidade para os usuários.

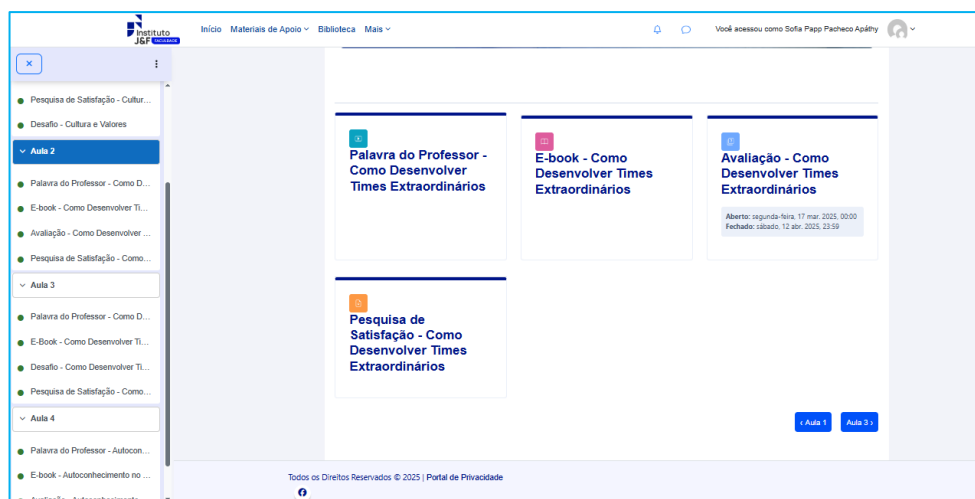
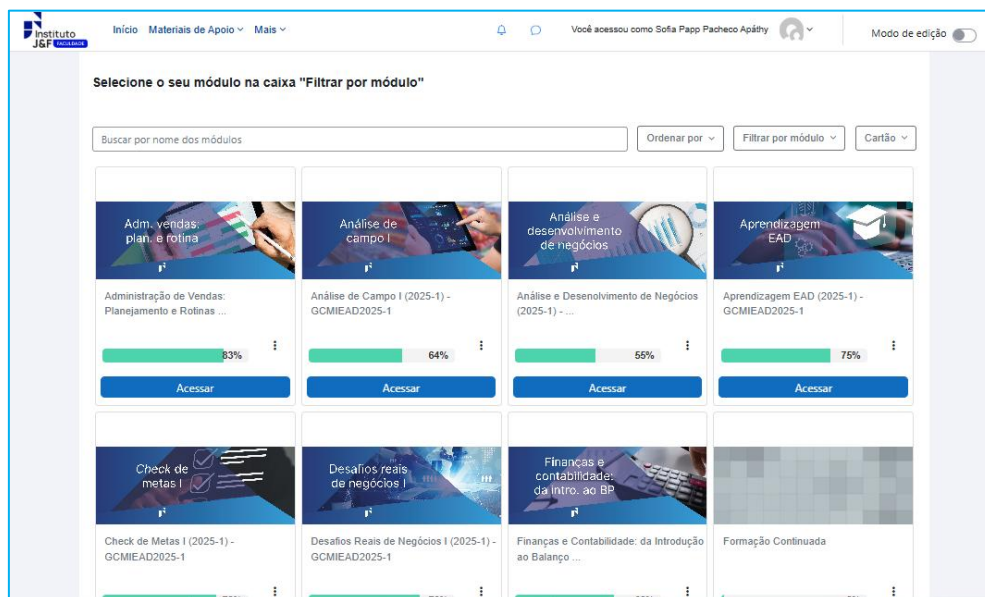
Cada turma possui um calendário acadêmico atualizado, onde são divulgadas as datas de aulas, encontros virtuais e prazos de entrega das atividades. O Moodle também possibilita o acompanhamento do desempenho dos estudantes, com registro de notas, feedbacks personalizados e indicadores de progresso, permitindo a atuação ativa do docente-tutor no acompanhamento contínuo da trajetória formativa de seus alunos.

A escolha do Moodle como AVA institucional justifica-se por sua usabilidade, estabilidade e alto grau de aceitação entre educadores e estudantes, além de alinhar-se às demandas contemporâneas por recursos que estimulem a aprendizagem ativa, a colaboração e o protagonismo discente.

Em suma, o ambiente virtual de aprendizagem da Faculdade J&F valoriza a interação, a autonomia e a acessibilidade, sendo uma ferramenta estratégica para promover a qualidade acadêmica e fortalecer a formação integral dos estudantes na modalidade a distância. O AVA é avaliado periodicamente pela CPA.

As figuras a seguir ilustram as principais telas do AVA na visão do aluno.





16.1.1 Recursos de Acessibilidade no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA – Moodle)

O Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), baseado na plataforma Moodle, é projetado com atenção aos princípios do design universal e à acessibilidade digital, favorecendo a inclusão de todos os estudantes, inclusive aqueles com deficiência ou com necessidades específicas de aprendizagem.

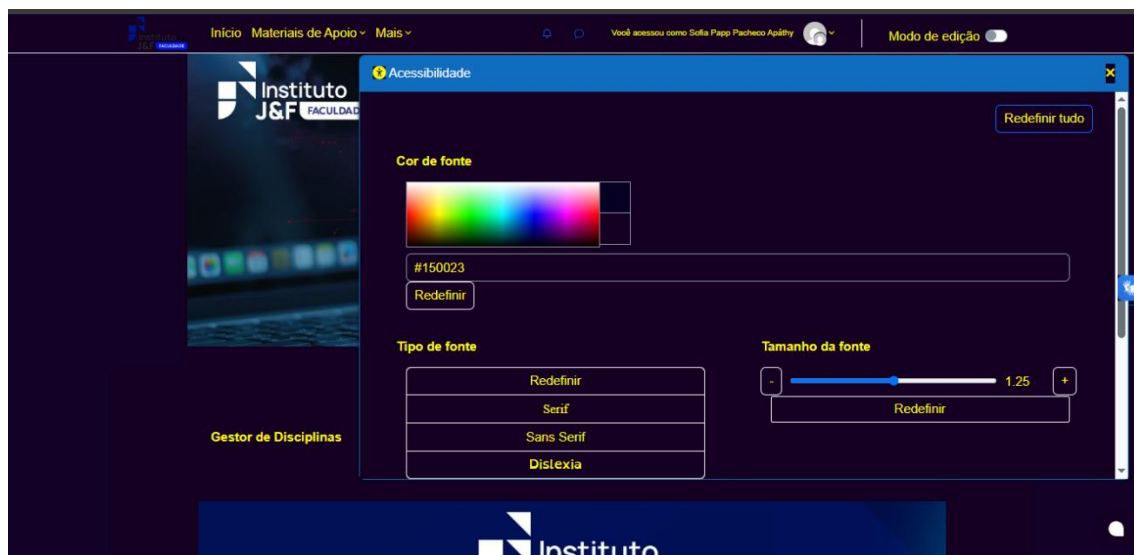
Por meio de configurações nativas e da possibilidade de integração com ferramentas de acessibilidade de navegadores e sistemas operacionais, o ambiente contribui para a redução de barreiras de acesso ao conteúdo digital, promovendo uma experiência mais autônoma e eficaz para todos os usuários.

Entre os recursos disponíveis e compatíveis com o AVA, destacam-se:

- Leitor de tela: compatibilidade com softwares como NVDA, JAWS e VoiceOver, que leem o conteúdo da tela em voz alta;
- Zoom/lupa: ampliação de áreas da tela por meio das configurações do navegador ou sistema operacional;
- Fonte acessível: uso de fontes sem serifa e alto contraste nos temas visuais, favorecendo a legibilidade;
- Texto alternativo para imagens: possibilidade de inserir descrições (alt text) em imagens e objetos gráficos;
- Destaque de links e cabeçalhos: estruturação semântica das páginas, facilitando a navegação por teclado ou leitor de tela;
- Modo de leitura simplificada: visualização limpa do conteúdo em navegadores compatíveis (modo leitura);
- Ajuste de fontes: possibilidade de ampliar o tamanho do texto e ajustar espaçamentos por meio do navegador ou configurações do sistema;
- Teclado virtual e navegação por teclado: compatibilidade com dispositivos de entrada assistiva;
- Contraste e cores personalizadas: personalização de cores via temas do Moodle ou por extensões do navegador (como o High Contrast);
- Cursores ampliados: suporte a personalização do cursor via sistema operacional, útil para pessoas com baixa visão.

Além disso, o Moodle segue diretrizes internacionais de acessibilidade, como as WCAG 2.1 (Web Content Accessibility Guidelines), e sua comunidade global oferece plugins e temas que ampliam as opções de acessibilidade, conforme necessidade institucional.

A figura a seguir apresenta uma das telas com ferramentas de acessibilidade.



17 Material didático

O material didático disponibilizado aos discentes é elaborado pela equipe multidisciplinar. Essa produção didática garante a plena execução da proposta formativa do curso, considerando sua abrangência, profundidade conceitual, coerência teórica, acessibilidade metodológica e instrumental, bem como a adequação da bibliografia às exigências do perfil profissional definido.

No caso do curso de Gestão Comercial da Faculdade J&F, os materiais são desenvolvidos por professores conteudistas com sólida formação e experiência acadêmico-profissional, assegurando alto padrão técnico, relevância pedagógica e fidelidade aos conteúdos previstos nos Planos de Ensino. Esses conteúdos passam por elaboração e validação da equipe multidisciplinar do Núcleo de Educação a Distância (NEaD) e por docentes do Núcleo Docente Estruturante (NDE), garantindo coerência com o Projeto Pedagógico do Curso.

Os componentes digitais de aprendizagem são estruturados a partir de diretrizes instrucionais específicas e contemplam, de maneira articulada, os seguintes aspectos pedagógicos e técnicos:

- I. Alinhamento integral com as ementas e objetivos dos Planos de Ensino;
- II. Incorporação sistemática de metodologias ativas de ensino e aprendizagem;
- III. Apresentação diversificada de unidades temáticas para abordar conteúdos sob múltiplas perspectivas;
- IV. Inclusão de diferentes objetos de aprendizagem, com recursos interativos e multimodais;
- V. Adoção de linguagem inclusiva, clara e acessível a diferentes perfis de estudantes;
- VI. Utilização de tecnologias assistivas e recursos específicos de acessibilidade para estudantes com deficiência visual, auditiva ou outras necessidades específicas;
- VII. Flexibilidade e atualização periódica dos conteúdos, em consonância com as demandas do campo profissional;
- VIII. Indicação de bibliografia pertinente e atualizada, com acesso integral por meio da biblioteca virtual institucional.

Cada unidade de aprendizagem é composta por objetos pedagógicos que favorecem a construção do conhecimento e o protagonismo estudantil, tais como:

- Pergunta norteadora: ativa conhecimentos prévios e desperta o interesse pelo tema;
- Leitura fundamental: texto autoral elaborado pelo professor conteudista;
- Videoaula: exposição didática do conteúdo central pelo docente responsável;
- Leitura complementar: indicação de capítulos e obras disponíveis na biblioteca virtual;
- Exemplo prático: contextualização do conteúdo em situações reais do mercado ou cotidiano;
- Saiba mais: materiais de apoio como artigos científicos, vídeos, infográficos e podcasts;

- Referências bibliográficas: base teórica que sustenta os conteúdos apresentados;
- Exercícios de fixação: testes de verificação e compreensão do conteúdo;
- Desafio prático: atividade que exige aplicação crítica e criativa do conhecimento.

Esses materiais apresentam recursos audiovisuais, gráficos e interativos que promovem experiências de aprendizagem inovadoras, alinhadas à cultura digital e ao desenvolvimento de competências do século XXI. A estrutura modular e acessível das unidades permite ao estudante percorrer sua jornada de aprendizagem de forma personalizada, linear ou não linear, de acordo com seu ritmo, estilo e contexto de estudo.

Assim, o material didático adotado no curso não apenas cumpre sua função instrumental, como também se consolida como recurso essencial para assegurar uma formação crítica, reflexiva, inclusiva e compatível com os desafios do mundo contemporâneo e do mercado profissional.

18 Acompanhamento e avaliação dos processos de ensino e de aprendizagem

Na Faculdade J&F, o processo de avaliação da aprendizagem é concebido como uma estratégia formativa, contínua e emancipatória, que visa mais do que aferir resultados: busca acompanhar o percurso formativo do estudante, promovendo reflexões, intervenções pedagógicas e desenvolvimento de competências.

Diferenciando-se de uma abordagem tradicional, centrada exclusivamente em provas e testes, a avaliação adotada na instituição valoriza o processo e estimula o protagonismo discente, oferecendo múltiplas oportunidades para que os estudantes demonstrem sua aprendizagem de forma gradual e contextualizada.

Os resultados das avaliações são utilizados como indicadores que posicionam o desempenho do estudante em múltiplas dimensões:

- Em relação ao seu próprio progresso individual;
- Em relação ao componente curricular cursado;
- Em relação à média da turma e do curso;
- Em relação aos dados agregados de desempenho institucional;

A coordenação e o NDE acompanham periodicamente os dados de desempenho acadêmico dos estudantes, com o intuito de subsidiar ações pedagógicas, identificar eventuais fragilidades nos processos formativos e propor melhorias que impactem positivamente a qualidade dos cursos e da gestão acadêmica.

Aspectos pedagógicos da avaliação

A avaliação é realizada de forma processual e contínua ao longo do semestre letivo, incorporando as interações que ocorrem nas unidades de aprendizagem e nos espaços colaborativos do AVA (Ambiente Virtual de Aprendizagem). São considerados como elementos avaliativos:

- Exercícios aplicados nas unidades de aprendizagem;
- Participação em fóruns de discussão e interações com tutores e colegas;
- Resolução de questões discursivas e reflexivas;
- Realização de tarefas práticas e desafios formativos.

Além disso, integram o processo avaliativo instrumentos mais estruturados, tais como:

- Testes com questões objetivas e/ou discursivas;
- Trabalhos acadêmicos individuais ou em grupo;
- Projetos aplicados;
- Atividades propostas conforme a natureza e complexidade dos conteúdos abordados.

A escolha e a distribuição da pontuação entre os instrumentos avaliativos são definidas pelo docente responsável pelo componente curricular, respeitando a

coerência com os objetivos de aprendizagem e os critérios previamente estabelecidos no Plano de Ensino.

Os alunos do curso de Gestão Comercial devem realizar avaliações parciais e finais para verificação da aprendizagem a fim de obterem uma Nota Final (NF) relativa a cada uma das disciplinas cursadas no período letivo em que estão matriculados.

A média final de cada disciplina é composta por notas obtidas na AV1 (valendo 33% da Nota Final) e AV2 (valendo 67% da Nota Final).

No curso de Gestão Comercial da Faculdade J&F, a nota da AV1 é composta pela soma de todas as atividades realizadas nas aulas, no ambiente virtual de aprendizagem. Na AV2 a nota é referente a uma avaliação (prova) composta por questões objetivas e dissertativas, sendo essas últimas com maior peso em relação às objetivas.

A média final mínima exigida para aprovação em cada componente curricular é de 7,0 (sete), obtida a partir da soma ponderada das atividades, tarefas e avaliações obrigatórias, conforme previsto no planejamento do docente e no Regimento Geral.

Para acompanhamento do desempenho dos estudantes são utilizados relatórios da plataforma Moodle ou do Power BI. Com base nesses dados, os professores tutores elaboram feedbacks para aqueles que tiveram desempenho e notas menores que 7,0. O professor tutor elabora o relatório e encaminha para a coordenação validar, permitindo assim um acompanhamento individual da evolução acadêmica do estudante. O aluno tem acesso às suas notas através da plataforma Moodle e pode também acessá-las através de históricos parciais emitidos pela Secretaria.

18.1 Formas de recuperação de nota

Em caso da não realização de uma das avaliações obrigatórias, AV1 ou AV2, o aluno tem direito a uma avaliação substitutiva (AVS), por meio de um único instrumento de avaliação, a critério do professor, mediante requerimento deferido pela coordenação do curso.

Às avaliações, AVF, AVS e AVE, são atribuídas uma nota numérica expressa em número de 0 (zero) a 10 (dez). Se, ao fim do semestre letivo, o estudante não conseguir atingir a média final 7,0 (sete), ele pode realizar um exame final (AVE) abrangendo todo o conteúdo do respectivo componente curricular, com o objetivo de atribuir-lhe uma nota única, substituindo as demais anteriormente obtidas.

O aluno reprovado deverá cursar novamente a disciplina, em período ou regime especial, a critério da Coordenação do curso.

18.2 Atividades presenciais

Em conformidade com o Art. 8º da Portaria Normativa MEC nº 11, de 20 de junho de 2017, e com a Resolução CNE/CES nº 7, de 18 de dezembro de 2018, que estabelecem diretrizes para a oferta de cursos superiores na modalidade a distância e para a inserção obrigatória da extensão nos currículos, a Faculdade J&F assegura a realização de atividades presenciais obrigatórias como parte integrante da formação acadêmica.

Dessa forma, os estudantes do curso de Gestão Comercial devem participar, presencialmente na sede da Faculdade J&F, do Congresso de Marcas, considerado como uma avaliação final, prevista no calendário acadêmico.

As atividades de extensão são desenvolvidas presencialmente em articulação com a comunidade onde a instituição e seus estudantes estão inseridos, promovendo a integração entre o ensino, a pesquisa e a extensão, em consonância com os princípios formativos da indissociabilidade previstos na

Resolução CNE/CES nº 7/2018. Essas ações visam ampliar a formação cidadã, o compromisso social e a aplicabilidade prática do conhecimento acadêmico.

Já as atividades práticas de campo, previstas nos planos de ensino, são realizadas conforme a orientação do docente responsável pela disciplina e sob supervisão de professor, ocorrendo presencialmente, em locais determinados de acordo com a natureza da atividade e os objetivos pedagógicos.

19 Infraestrutura destinada ao curso

A Faculdade J&F dispõe de uma infraestrutura de excelente qualidade, projetada para atender de forma eficaz às necessidades do corpo docente, equipe tutorial, técnico-administrativa, colaboradores da mantenedora e dos estudantes dos cursos de graduação especialmente quando há previsão de atividades presenciais. O mapa de todas as instalações pode ser verificado no anexo VIII.

A instituição assegura acessibilidade arquitetônica, atitudinal e comunicacional em todos os seus espaços acadêmicos e administrativos, incluindo sanitários, estacionamentos, áreas de alimentação e convivência. As diversas alas e pavimentos do edifício são interligados por passarelas, escadas rolantes e elevadores. Em cada andar, há armários individuais para uso dos colaboradores, proporcionando segurança para materiais e pertences pessoais.

19.1 Sala da coordenação

À coordenação do curso é destinada uma sala de uso exclusivo, com dimensões adequadas, climatização, iluminação adequada e os seguintes recursos: mesa com cadeira giratória, duas cadeiras para atendimento, armário, impressora em rede e tela de TV de 60" com função de monitor.

19.2 Salas para professores, professores de TI e do NDE

Para o corpo docente e tutorial, a estrutura inclui:

- Sala de reuniões exclusiva;
- Salas para professores em regime de tempo integral (uso individual ou compartilhado);
- Sala de reuniões para o Núcleo Docente Estruturante (NDE);
- Salas reservadas para atendimento individualizado e orientação discente.

A infraestrutura contempla, ainda, espaços específicos para:

- O Núcleo de Apoio ao Estudante (NAE), responsável pelo apoio psicopedagógico, orientação de carreira e empregabilidade;
- A Ouvidoria Institucional;
- A Comissão Própria de Avaliação (CPA).

Todos esses ambientes são mobiliados e equipados com tecnologia de ponta: monitores de TV para projeção, Wi-Fi de alta velocidade, mesas com terminais de energia e internet, impressoras em rede, entre outros recursos que asseguram condições ideais de trabalho e atendimento.

A sala dos professores conta com uma área de descanso e um apoio técnico-administrativo para auxiliar com as atividades acadêmicas e atendimento aos alunos. Os professores possuem armários com senhas personalizadas para guarda de pertences.

Os docentes e tutores recebem notebooks institucionais em regime de comodato, com hardware e software atualizados e avaliados periodicamente para garantir a usabilidade e a compatibilidade com as atividades acadêmicas.

A instituição conta com um Núcleo de Produção Multimídia, vinculado ao Núcleo de Educação a Distância (NEaD), dedicado à produção editorial, audiovisual e digital de conteúdos didáticos e comunicacionais. O núcleo dispõe de cinco estúdios profissionais, totalmente equipados para produção em broadcast, operados por equipe técnica altamente qualificada.

19.3 Salas de aulas

Aos estudantes que necessitam de espaço físico para estudos independentes, atividades extracurriculares ou realização das avaliações presenciais previstas em calendário acadêmico, são disponibilizadas 38 salas de aula, mediante agendamento. Todas as salas são:

- Equipadas com projetores multimídia, câmeras com sensores de movimento, microfones, caixas de som e telas duplas de projeção;
- Mobiliadas com mesas redondas e cadeiras giratórias;
- Estruturadas com conexões elétricas, internet cabeada e Wi-Fi em todo o campus;
- Planejadas com layout empresarial e flexível, permitindo diversas configurações pedagógicas.

As salas de aula estão estruturadas de forma a atender plenamente às demandas institucionais e específicas do curso, contando com manutenção regular, ambiente confortável e recursos de tecnologias da informação e comunicação adequados às diferentes atividades pedagógicas. Esses espaços favorecem a realização de variadas práticas de ensino-aprendizagem e dispõem de equipamentos complementares cuja utilização tem se mostrado eficaz. Além disso, existe um plano de avaliação periódica das instalações, garantindo a qualidade e a atualização contínua da infraestrutura.

19.4 Acesso dos alunos a equipamentos de informática

A Faculdade J&F disponibiliza uma sala exclusiva para os alunos que necessitem utilizar os computadores da instituição para atividades acadêmicas. O ambiente possui dimensões adequadas às suas finalidades, climatização, iluminação apropriada e infraestrutura compatível com as normas de acessibilidade e conforto ergonômico, de utilização e segurança.

Estão disponíveis 50 notebooks para uso exclusivo dos estudantes, distribuídos da seguinte forma:

- 25 unidades – HP ProBook 640: memória RAM de 8 GB, processador Intel Core i5 (6ª geração), conectividade de até 100 Mbps via Wi-Fi e 1000 Mbps via rede cabeada, sistema operacional Windows 10.
- 25 unidades – Dell Latitude E5450: memória RAM de 8 GB, processador Intel Core i5 (6ª geração), conectividade de até 100 Mbps via Wi-Fi e 1000 Mbps via rede cabeada, sistema operacional Windows 10.

Todos os equipamentos passam por avaliações periódicas de desempenho, qualidade e compatibilidade com os usos acadêmicos previstos, sendo atualizados regularmente quanto a software e hardware. A instituição conta com uma equipe especializada de suporte técnico em TI, disponível para atendimento remoto e, quando necessário, presencial, garantindo o funcionamento adequado dos equipamentos e apoio direto aos estudantes.

A infraestrutura tecnológica da Faculdade J&F opera em modelo híbrido, com dois links de internet ativos e balanceados, via fibra óptica, totalizando 1 GB de conexão, utilizados de forma integrada por professores, estudantes e equipe técnico-administrativa. Essa estrutura interliga os serviços locais à nuvem pública, assegurando acesso contínuo e estável aos sistemas e plataformas institucionais.

Na sede da Faculdade, diversos pontos de acesso à rede sem fio (Wi-Fi) estão estrategicamente distribuídos, garantindo conexão de qualidade em todos os ambientes. A segurança da informação é tratada como prioridade institucional, com investimentos em treinamentos periódicos, soluções antivírus, firewalls e demais componentes de proteção digital, visando à confidencialidade, integridade e disponibilidade dos dados.

Toda a rede física é baseada em projeto de cabeamento estruturado, desenvolvido conforme normas técnicas e padrões de mercado, o que garante robustez, estabilidade e expansibilidade à infraestrutura de TI.

A base tecnológica da instituição é planejada para garantir funcionamento ininterrupto (24 horas por dia, 7 dias por semana), atendendo plenamente às demandas acadêmicas e administrativas. A infraestrutura atende de forma eficaz os objetivos propostos, considerando:

- Disponibilidade e atualização dos equipamentos;
- Conformidade com normas de segurança e ergonomia;
- Acessibilidade e apoio à inclusão digital;
- Conectividade adequada à carga de usuários;
- Atualização de softwares;
- Serviços e suporte técnico contínuos;
- Utilização de recursos tecnológicos inovadores.

19.5 Auditório e espaços comuns

Para eventos institucionais, a Faculdade conta com um auditório climatizado com 162 lugares, cadeiras ergonômicas, acústica e iluminação otimizadas, e equipado com tecnologia de transmissão ao vivo (broadcast).

Entre os espaços de uso comum, a infraestrutura oferece:

- Estacionamentos amplos, áreas internas e externas para descanso e convivência;

- Restaurante, lanchonete e uma copa por andar, todas equipadas;
- Agência bancária e mercado exclusivo da comunidade acadêmica, com produtos da linha JBS e quiosques de degustação;
- Ambulatório médico, integrado ao PCMSO (Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional) da JBS, atendendo colaboradores da Faculdade e da mantenedora.

A instituição ainda dispõe de 63 painéis eletrônicos de projeção, com resolução de 3840 × 192 pixels e dimensões de 2 m × 5 m, distribuídos em espaços estratégicos para mostras acadêmicas e exposições visuais, com ampla visibilidade nos dois pavimentos centrais.

Complementam a estrutura física um ginásio coberto com quadra poliesportiva, piscina aquecida, equipamentos e materiais para prática de condicionamento físico.

19.6 Biblioteca virtual

A Faculdade J&F, por ser uma instituição com oferta 100% na modalidade a distância, dispõe de uma biblioteca virtual totalmente integrada ao seu Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA - Moodle), assegurando aos estudantes e docentes o acesso contínuo e qualificado à informação acadêmica, científica e técnica.

O acervo digital institucional é composto por diferentes bases e recursos, destacando-se:

- A plataforma Minha Biblioteca (<https://integrada.minhabiblioteca.com.br>), que oferece acesso a milhares de títulos de livros eletrônicos atualizados, de autoria nacional e estrangeira, cobrindo todas as áreas do conhecimento previstas na matriz curricular dos cursos ofertados.
- A biblioteca digital interna ao AVA Moodle, que disponibiliza a bibliografia básica e complementar referenciada nos Planos de Ensino, associada

diretamente às unidades de aprendizagem de cada componente curricular. Esse acervo inclui livros, artigos, vídeos, documentos normativos, capítulos de obras e recursos multimídia selecionados pedagogicamente.

A formação e atualização do acervo bibliográfico seguem critérios rigorosos, com base nas indicações bibliográficas constantes dos planos de ensino. O processo de curadoria é conduzido em conjunto pelo Núcleo Docente Estruturante (NDE) e pela bibliotecária responsável, garantindo alinhamento entre o conteúdo acadêmico, a bibliografia ofertada e as demandas reais dos cursos.

A biblioteca da Faculdade J&F adota políticas contínuas de desenvolvimento de coleções, voltadas para a ampliação e atualização de seus recursos, considerando os avanços tecnológicos e as novas práticas de ensino-aprendizagem no contexto digital. Há um monitoramento sistemático da demanda e do uso do acervo, o que permite ajustes periódicos nas assinaturas de acesso às plataformas e bases de dados, com planos de contingência operacionais para garantir a disponibilidade ininterrupta dos serviços de informação.

Embora o acesso ao conteúdo bibliográfico seja prioritariamente digital, a instituição mantém uma estrutura física de biblioteca, equipada com computadores e estações de trabalho conectadas à internet e ao acervo virtual. Nessa unidade, os alunos e professores contam com o apoio direto de bibliotecária e equipe especializada, que oferecem orientação para pesquisa, normalização de trabalhos acadêmicos e apoio à produção científica.

O conjunto de bibliotecas virtuais disponibilizado pela Faculdade J&F ultrapassa os 2.000 títulos, cobrindo de maneira ampla e atualizada as exigências dos cursos superiores oferecidos, promovendo autonomia, acesso igualitário à informação e suporte contínuo ao processo de ensino-aprendizagem.

19.7 Bibliografia básica e complementar por unidade curricular

O acervo bibliográfico da Faculdade J&F encontra-se totalmente informatizado, tombado e registrado em nome da mantenedora, Instituto J&F. No caso do acervo virtual, há contratos vigentes com as plataformas digitais que asseguram o acesso contínuo, sem interrupções, a todos os usuários habilitados, conforme as normas legais e institucionais.

A composição do acervo atende aos critérios quantitativos e qualitativos exigidos pelo Ministério da Educação, garantindo:

- Pelo menos três títulos atualizados por unidade curricular na bibliografia básica;
- Pelo menos cinco títulos por unidade curricular na bibliografia complementar.

A bibliografia complementar apresenta aderência ao conteúdo das unidades curriculares, conforme descrito no Projeto Pedagógico do Curso (PPC), e encontra-se atualizada, considerando a natureza e a abordagem de cada disciplina. A compatibilidade do acervo com os parâmetros de qualidade é validada por relatório técnico de adequação assinado pelo Núcleo Docente Estruturante (NDE), que comprova:

- A relação entre o número de vagas autorizadas/pleiteadas;
- A quantidade de exemplares por título, sejam físicos ou virtuais;
- O compartilhamento de títulos entre diferentes cursos que utilizam o mesmo acervo.

No caso de títulos disponibilizados exclusivamente em meio digital, a Faculdade J&F garante acesso físico aos conteúdos virtuais em suas instalações, com recursos tecnológicos compatíveis à demanda estudantil e infraestrutura de conectividade que assegura acesso ininterrupto via internet. Além disso, a instituição dispõe de ferramentas de acessibilidade e soluções assistivas que

promovem inclusão e apoio ao estudo e à aprendizagem de estudantes com necessidades específicas.

O acervo também contempla periódicos especializados em formato físico ou digital, que ampliam e aprofundam os conteúdos abordados nos componentes curriculares. A gestão do acervo é realizada de maneira estratégica, com monitoramento periódico da demanda e atualização das assinaturas mais utilizadas, assegurando que os recursos estejam sempre alinhados às necessidades pedagógicas dos cursos.

Para garantir a continuidade dos serviços de acesso à informação, a IES mantém um plano de contingência operacional, voltado à manutenção do acervo digital e à prestação ininterrupta dos serviços de biblioteca e apoio ao usuário.

20 Processo de controle de produção e de distribuição de material didático (logística)

A Faculdade J&F adota um modelo pedagógico próprio e estruturado para a produção, validação e controle de qualidade dos materiais didáticos utilizados nos cursos de graduação na modalidade a distância. Todo o conteúdo é elaborado internamente, por docentes conteudistas da própria IES, assegurando coerência com o Projeto Pedagógico de Curso (PPC), os Planos de Ensino e as Diretrizes Curriculares Nacionais (DCN) da área.

Produção autoral interna - Os materiais didáticos são concebidos por professores selecionados com base em critérios de notório saber acadêmico e experiência profissional, que atuam como docentes conteudistas. Esses materiais incluem:

- Texto autoral inédito, estruturado com base em objetivos de aprendizagem, unidades temáticas e metodologias ativas;

- Videoaulas originais, gravadas em estúdios próprios da instituição, com recursos visuais e linguagem acessível;
- Recursos interativos, como quizzes, infográficos, estudos de caso, animações e desafios aplicados;
- Conteúdo complementar, incluindo leituras sugeridas, artigos científicos, normativas atualizadas e materiais multimídia;
- Materiais acessíveis, com recursos de audiodescrição, legendas e ferramentas de leitura compatíveis com padrões de acessibilidade digital.

Desenho instrucional e equipe multidisciplinar

Cada componente digital de aprendizagem segue um desenho instrucional orientado por equipe multidisciplinar composta por pedagogos, especialistas em EaD, designers instrucionais, revisores linguísticos e profissionais de tecnologia educacional. A estrutura de cada unidade de aprendizagem é previamente definida e validada pelo Núcleo de Educação a Distância (NEaD).

Validação e controle de qualidade

Antes da disponibilização no AVA (Ambiente Virtual de Aprendizagem), todo material passa por um processo de:

- a. Revisão pedagógica e técnica, para verificação da clareza, da adequação metodológica e da linguagem;
- b. Revisão linguística e normativa, garantindo correção gramatical, normalização e citação conforme ABNT;
- c. Validação acadêmica pelo Núcleo Docente Estruturante (NDE) do curso, que atesta a aderência entre conteúdo e matriz curricular;
- d. Atualização periódica, com base em avaliações institucionais, feedback de alunos e revisões anuais do acervo digital.

Distribuição e acesso

Todo o material didático é disponibilizado de forma digital no AVA Moodle, com acesso ininterrupto e compatível com múltiplas plataformas (computadores, tablets e celulares). O acesso é garantido a todos os estudantes a partir do ingresso no curso, de forma ininterrupta 24/7. O NEAD conta um plano de contingência para garantir este acesso e mitigar qualquer intempérie que possa atingir o funcionamento da plataforma.

A IES mantém registro sistemático de todos os materiais produzidos, assegurando direitos autorais, controle editorial e rastreabilidade dos conteúdos.

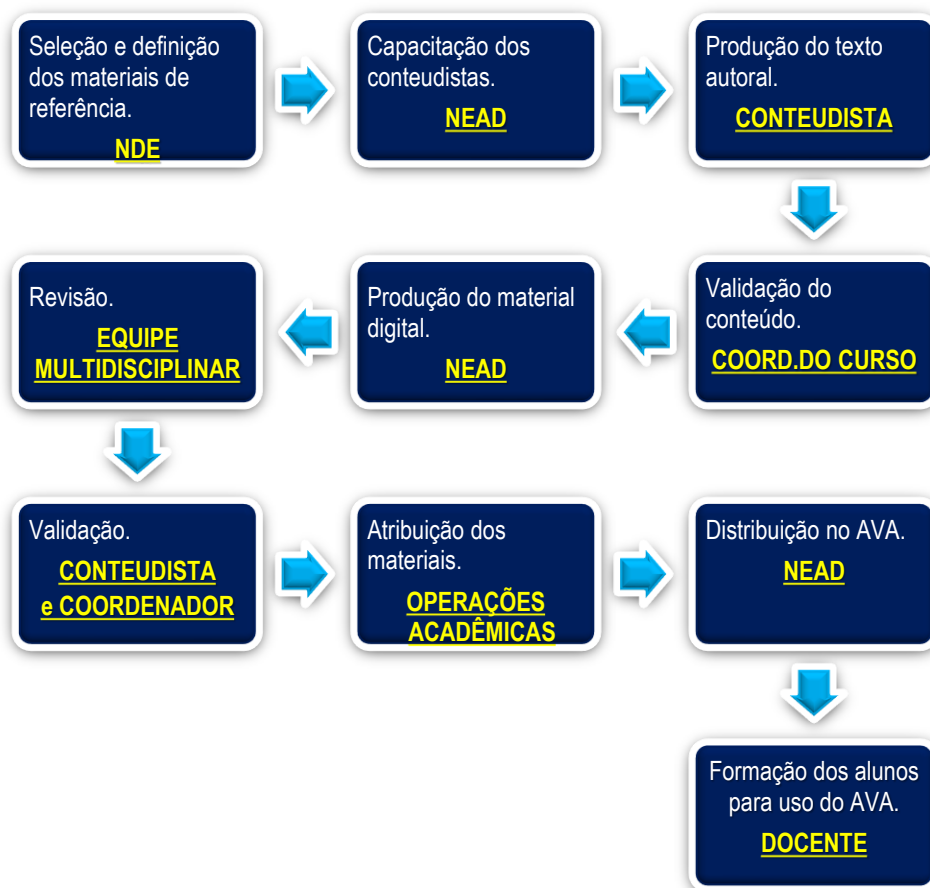
O processo como um todo estabelece as seguintes diretrizes:

- I. Constituição da equipe multidisciplinar da Faculdade J&F, responsável por supervisão, orientação, gestão do ambiente de aprendizagem, produção de materiais paradidáticos complementares e orientação ao corpo docente-tutorial do curso;
- II. Seleção e definição dos materiais de referência, organizados em unidades de aprendizagem para cada um dos componentes curriculares do curso;
- III. Análise, validação e aprovação do material pelo NDE, considerando a área de abrangência, coerência teórica, acessibilidade metodológica, comunicacional e instrumental, linguagem inclusiva, além das orientações e indicações para a inclusão de outros materiais complementares;
- IV. Implementação de mecanismos efetivos de interação e comunicação que permitem executar em profundidade o Projeto Pedagógico do Curso;
- V. Garantia de estratégias de acessibilidade digital e comunicacional;
- VI. Cooperação entre os usuários: coordenadores, docentes, tutores e estudantes, assegurando acesso aos seus recursos didáticos 24 horas, 7 dias por semana, com segurança do registro de seus dados;

- VII. Planejamento e disponibilização de mecanismos e de estratégias de comunicação e de interação como: trilhas de aprendizagem, avisos semanais, SMS, e-mail, fórum, fale com o professor/tutor, comunidade do curso, web conferência, blog, wiki e encontros virtuais, para diferentes mídias, suportes e linguagens;
- VIII. Apoio à produção de material autoral pelo corpo docente;
- IX. Facilitação à familiarização dos estudantes com o Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) e seus recursos;
- X. Produção e distribuição de material didático complementar desenvolvido por professor-conteudista especialista no tema, disponibilizado em formato de livro eletrônico, vídeos, ilustrações, entrevistas, podcasts, dentre outros;
- XI. Garantia de atendimento à demanda do sistema de controle de produção e de distribuição de material didático, 24 horas por dia, 7 dias por semana, com segurança do registro de seus dados;
- XII. Viabilização do plano de atualização do material didático que atenda à dinâmica de todo o processo e que considere, além da atualização curricular e dos Planos de Ensino, a evolução dos materiais referenciais e complementares, bem como de suas ferramentas;
- XIII. Capacitação continuada dos profissionais envolvidos para o desenvolvimento e o aprimoramento de suas funções e de suas atividades profissionais.

A figura a seguir ilustra a logística do processo geral de produção e distribuição do material didático.

Processo geral de produção e distribuição do material didático



21 Considerações finais e consolidação do Projeto Pedagógico do Curso

O Projeto Pedagógico do Curso (PPC) de Tecnologia em Gestão Comercial da Faculdade J&F foi concebido com base em princípios acadêmicos sólidos, alinhado às Diretrizes Curriculares Nacionais para os Cursos Superiores de Tecnologia e em consonância com o Projeto Institucional e o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) da Faculdade J&F.

Sua elaboração contou com a participação ativa dos membros do Núcleo Docente Estruturante (NDE), que, com base na experiência acadêmica, nas demandas do setor produtivo e nos princípios que regem a missão da instituição,

estruturaram este documento como instrumento norteador da concepção, da organização e do desenvolvimento do curso.

Além de atender aos marcos legais e normativos vigentes, este PPC expressa o compromisso institucional com a qualidade da formação superior, com a empregabilidade, com a responsabilidade social e com a contribuição para o desenvolvimento sustentável e ético da sociedade brasileira.

Reconhece-se que o PPC é um instrumento vivo, dinâmico e participativo, o que permite sua constante atualização e aperfeiçoamento à luz das transformações sociais, educacionais, científicas e tecnológicas. O seu conteúdo está sujeito a revisões e ajustes periódicos, conforme necessidades identificadas pelos processos de autoavaliação institucional conduzidos pela CPA, pelas avaliações de desempenho dos estudantes e pelas contribuições advindas dos colegiados e das instâncias acadêmicas superiores.

Quaisquer atualizações serão formalizadas por meio de termos aditivos, devidamente analisados e aprovados pelas instâncias competentes – como o Colegiado de Curso e o Conselho Superior da Faculdade J&F –, assegurando o caráter democrático e coletivo das decisões acadêmicas e a legalidade dos atos institucionais.

Este documento também será submetido à comissão avaliadora externa do INEP, no âmbito do processo de reconhecimento do curso, o que reforça o compromisso da Faculdade J&F com a transparência, a excelência e o cumprimento das exigências legais e educacionais definidas pelo Ministério da Educação. Tal etapa oportuniza a incorporação de contribuições qualificadas que possam fortalecer o alinhamento entre o PPC e as boas práticas educacionais vigentes, ampliando sua coerência interna e sua articulação com os documentos institucionais, como o Regimento Geral, o PDI, o Projeto Institucional e a política de ensino.

Este PPC representa, portanto, mais do que uma formalidade regulatória: é a expressão de um projeto acadêmico-pedagógico comprometido com a formação crítica, ética, inovadora e humanista de seus estudantes. Serve como guia para o desenvolvimento de um curso comprometido com o protagonismo discente, com a valorização do corpo docente, com a articulação entre teoria e prática e com o papel transformador que a Educação Superior exerce na sociedade brasileira.

A Faculdade J&F reafirma, por meio deste documento, sua missão institucional de contribuir para a formação de profissionais preparados para atuar de forma competente, ética e inovadora no campo da gestão comercial, comprometidos com os valores da justiça social, da diversidade, da sustentabilidade e da cidadania.

CST GESTÃO COMERCIAL

Ementário e Bibliografia

MÓDULO I
Administração de Vendas: Planejamento e Rotinas
Técnica de Vendas: Comunicação e Rotinas
Análise de Campo I
Líder de Si e do Outro
Gestão de Equipes - Coaching I
Finanças e Contabilidade: da Introdução ao Balanço Patrimonial
Check de Metas I
Análise e Desenvolvimento de Negócios
Desafios Reais de Negócios I
Sociedade e Cultura
Aprendizagem EAD

DISCIPLINA: Administração de vendas: planejamento e rotinas

EMENTA: Oferece uma compreensão dos princípios e práticas necessárias para gerenciar eficazmente o processo de vendas em organizações. Construção dos objetivos e metas e entendimento sobre as áreas de backoffice. Importância das funções administrativas. Análise de carteira de clientes, criação de estratégia de vendas e sistemas que contribuem para o aprimoramento da gestão.

Bibliografia básica

- ALVAREZ, Francisco Javier Sebastian M.; CARVALHO, Marcos R. Gestão eficaz da equipe de vendas 2ED. São Paulo: SRV Editora LTDA, 2019. E-book. ISBN 9788571440616. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788571440616/> Acesso em: set. 2025.
- CASAS, Alexandre Luzzi L. Administração de vendas, 8ª edição. Rio de Janeiro: Atlas, 2005. E-book. p.Capa. ISBN 9788522483129. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522483129/> Acesso em: 04 set. 2025. ·
- MORAIS, F. Planejamento estratégico digital. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2018. 352 p. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788547221874/pageid/> 0. Acesso em: set. 2025.

Bibliografia complementar

- HONORATO, Gilson. Conhecendo o marketing. Barueri: Manole, 2004. E-book. p.Capa. ISBN 9788520438756. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788520438756/> Acesso em: 04 set. 2025. ·
- BETTGER, Frank. Do fracasso ao sucesso em vendas. Barueri: Manole, 2018. E-book. p.31. ISBN 9786555762952. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555762952/> Acesso em: 04 set. 2025. ·
- GODIN, S. Isso é marketing: para ser visto é preciso aprender a enxergar. Rio de Janeiro: Alta Books, 2019. 259 p. Disponível em:

[https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788550807652/epubcfi/6/2\[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover\]!/4/2/2%4051:1](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788550807652/epubcfi/6/2[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover]!/4/2/2%4051:1). Acesso em: set. 2025.

- LEMES JUNIOR, A. B.; PISA, B. J. Administrando micro e pequenas empresas: empreendedorismo & gestão. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2019. 349 p.

Disponível em:

[https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595150393/epubcfi/6/2\[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover\]!/4/4/2\[cover01\]/2%4052:2](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595150393/epubcfi/6/2[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover]!/4/4/2[cover01]/2%4052:2). Acesso em: set. 2025.

- SARFATI, G. (org.) Manual de negociação. São Paulo: Saraiva, 2010. 234 p.

Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502119352/pageid/0>. Acesso em: set. 2025.

DISCIPLINA: Técnica de vendas: comunicação e rotinas

EMENTA: Desenvolve habilidades essenciais para a eficácia na área de vendas, com foco em comunicação assertiva e no estabelecimento de rotinas produtivas. Explora técnicas avançadas de comunicação verbal e não verbal, adaptadas ao contexto de vendas, escuta ativa, estratégias para o desenvolvimento de relacionamentos de longo prazo com clientes, utilizando ferramentas como CRM (*Customer Relationship Management*) para a gestão eficaz do ciclo de vendas.

Bibliografia básica

- FUTRELL, Charles M. Vendas - fundamentos e novas práticas de gestão - 2ª edição. [Digite o Local da Editora]: SRV Editora LTDA, 2014. E-book. ISBN 9788502225510. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502225510/pageid/423> Acesso em: 02 set. 2025.
- FUTRELL, Charles M. Vendas - fundamentos e novas práticas de gestão - 2ª edição. [Digite o Local da Editora]: SRV Editora LTDA, 2014. E-book. ISBN 9788502225510. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502225510/>. Acesso em: 02 set. 2025.

- CASTRO, Luciano Thomé E.; NEVES, Marcos F.; CÔNSOLI, Matheus
A. **Administração de Vendas, 2ª edição.** [Digite o Local da Editora]: Grupo GEN, 2018. E-book. ISBN 9788597016550. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597016550/> Acesso em:
02 set. 2025.

Bibliografia complementar

- MENDES, Rafael; BRITO. Seja visto e lembrado: o guia prático para viver mais e ficar na memória do seu cliente. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2024. E-book. ISBN 9788550821009. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788550821009/>. Acesso em:
02 set. 2025.
- CASAS, Alexandre Luzzi L. Administração de vendas, 8ª edição. Rio de Janeiro: Atlas, 2005. E-book. p.Capa. ISBN 9788522483129. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522483129/>
Acesso em: 04 set. 2025.
- GODIN, S. **Isso é marketing:** para ser visto é preciso aprender a enxergar. Rio de Janeiro: Alta Books, 2019. 259 p. Disponível em:
[https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788550807652/epubcfi/6/2\[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover\]!/4/2/2%4051:1_](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788550807652/epubcfi/6/2[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover]!/4/2/2%4051:1_). Acesso em: 02 set. 2025.
- LEMES JUNIOR, A. B.; PISA, B. J. **Administrando micro e pequenas empresas:** empreendedorismo & gestão. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2019. 349 p. Disponível em:
[https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595150393/epubcfi/6/2\[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover\]!/4/4/2\[cover01\]/2%4052:2_](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595150393/epubcfi/6/2[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover]!/4/4/2[cover01]/2%4052:2_). Acesso em: abr. 2023.
- SARFATI, G. (org.) **Manual de negociação.** São Paulo: Saraiva, 2010. 234 p. Disponível em:
https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502119352/pageid/0_. Acesso em: 02 set. 2025.

DISCIPLINA: Análise de campo I

EMENTA: Introdução aos métodos e técnicas de análise de campo aplicados à gestão comercial. Estudo dos fundamentos da pesquisa em campo, com ênfase na coleta estruturada de dados, análise de concorrência, levantamento de preços e práticas de observação de mercado. Discussão inicial sobre a importância do feedback como instrumento de aprimoramento da equipe de vendas e fortalecimento do relacionamento com clientes.

Bibliografia básica

- CONGER, Thiago. Vendas não ocorrem por acaso: o guia de vendas da equipe comercial. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2021. E-book. ISBN 9786555203264. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786555203264/>. Acesso em: 19 set. 2025.
- ALVAREZ, Francisco Javier Sebastian M.; CARVALHO, Marcos R. Gestão eficaz da equipe de vendas 2ED. São Paulo: SRV Editora LTDA, 2019. E-book. ISBN 9788571440616. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788571440616/>. Acesso em: 19 set. 2025.
- CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de Vendas - Uma Abordagem Introdutória. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2022. E-book. ISBN 9786559772841. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559772841/>. Acesso em: 19 set. 2025.

Bibliografia complementar

- FUTRELL, Charles M. Vendas: o guia completo. Porto Alegre: Grupo A, 2014. E-book. ISBN 9788580553475. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788580553475/>. Acesso em: 19 set. 2025.

- ZAMBERLAN, Luciano. Gestão Estratégica do Ponto de Venda. Ijuí: Editora Unijuí, 2010. E-book. ISBN 9788541903066. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788541903066/>. Acesso em: 19 set. 2025.
- CONGER, Thiago. Vendedor bonzinho não fica rico: os quatro princípios sobre como ganhar dinheiro com vendas. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2022. E-book. ISBN 9788550816753. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788550816753/>. Acesso em: 19 set. 2025.
- D'ANDREA, Rafael; CÔNSOLI, Matheus A.; GUISSONI, Leandro A. Shopper marketing: a nova estratégia integrada de marketing para a conquista do cliente no ponto de venda. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2011. E-book. ISBN 9788522474363. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522474363/>. Acesso em: 19 set. 2025.
- ALVAREZ, Francisco J. S M. Gestão estratégica de clientes - Key account management. São Paulo: SRV Editora LTDA, 2015. E-book. ISBN 9788502636316. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502636316/>. Acesso em: 19 set. 2025.

DISCIPLINA: Análise e Desenvolvimento de negócios

EMENTA: Capacita para habilidades analíticas e estratégicas fundamentais para a compreensão e desenvolvimento de negócios. Métodos e técnicas de análise de mercado, incluindo dados internos (*sell in*), pesquisa de mercado, análise competitiva e identificação de oportunidades de negócio. Ferramentas de dados quantitativos, qualitativos. Aplicação de modelos analíticos e ferramentas de gestão estratégica para avaliar o ambiente externo e interno das organizações.

Bibliografia básica

- DUARTE, Nancy. Data Story: Explique dados e inspire ações por meio de histórias. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2021. E-book. ISBN

9786555203028. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786555203028/>. Acesso em: 22 set. 2025.

- YASUDA, Aurora; OLIVEIRA, Diva Maria Tammara de. Pesquisa de Marketing: Guia para a prática de pesquisa de mercado. São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2016. E-book. ISBN 9788522126248. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522126248/>. Acesso em: 22 set. 2025.
- BARQUETTE, Stael. PESQUISA DE MARKETING. São Paulo: SRV Editora LTDA, 2007. E-book. ISBN 9788502126794. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502126794/>. Acesso em: 22 set. 2025.

Bibliografia complementar

- CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de Vendas - Uma Abordagem Introdutória. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2022. E-book. ISBN 9786559772841. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559772841/>. Acesso em: 22 set. 2025.
- FUTRELL, Charles M. Vendas: o guia completo. Porto Alegre: Grupo A, 2014. E-book. ISBN 9788580553475. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788580553475/>. Acesso em: 22 set. 2025.
- MARÓSTICA, Eduardo. Inteligência de mercado. 2. ed. Porto Alegre: +A Educação - Cengage Learning Brasil, 2020. E-book. p.Cover. ISBN 9788522129546. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522129546/>. Acesso em: 04 set. 2025.
- ALVAREZ, Francisco J. S M. Gestão estratégica de clientes - Key account management. São Paulo: SRV Editora LTDA, 2015. E-book. ISBN 9788502636316. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502636316/>. Acesso em: 22 set. 2025.

- CASAS, Alexandre Luzzi L. Administração de vendas, 8ª edição. Rio de Janeiro: Atlas, 2005. E-book. p.Capa. ISBN 9788522483129. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522483129/>
Acesso em: 04 set. 2025.

DISCIPLINA: Líder de si e do outro

EMENTA: Estuda as competências fundamentais para o desenvolvimento e exercício da liderança. Influência dos aspectos comportamentais dos envolvidos, inclusive os de origem socioculturais, na gestão de equipes. Importância da relação interpessoal e fatores responsáveis pela formação, manutenção e desenvolvimento de equipes de alto desempenho. Aborda, transversalmente, as relações étnico-raciais, cultura afro-brasileira e africana e indígenas, inclusão e direitos humanos.

Bibliografia básica

- CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de Pessoas - O Novo Papel da Gestão do Talento Humano. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2020. E-book. ISBN 9788597024074. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597024074/>. Acesso em: 22 set. 2025.
- CHIAVENATO, Idalberto. Coaching e Mentoring - Construção de Talentos. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2021. E-book. ISBN 9786559770403. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559770403/>. Acesso em: 22 set. 2025.
- CHIAVENATO, Idalberto. Treinamento e Desenvolvimento de Recursos Humanos - Como Incrementar Talentos na Empresa. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2021. E-book. ISBN 9786559771271. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559771271/>. Acesso em: 22 set. 2025.

Bibliografia complementar

- CON CER, Thiago. Vendas não ocorrem por acaso: o guia de vendas da equipe comercial. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2021. E-book. ISBN 9786555203264. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786555203264/>. Acesso em: 22 set. 2025.
- BICHUETTI, Luana B.; BICHUETTI, José L. Gestão de pessoas não é com o RH. São Paulo: Saint Paul Publishing (Brazil), 2020. E-book. ISBN 9786586407105. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786586407105/>. Acesso em: 22 set. 2025.
- CHIAVENATO, Idalberto. Treinamento e Desenvolvimento de Recursos Humanos - Como Incrementar Talentos na Empresa. 9. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2021. E-book. p.Capa. ISBN 9786559771271. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559771271/>. Acesso em: 04 set. 2025.
- GOMES, Fabiano D. Liderança movida pelo propósito: Como se tornar um grande líder criando uma cultura de liderança sustentável. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2022. E-book. p.1. ISBN 9786555208504. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555208504/>. Acesso em: 04 set. 2025.

Disciplina: Gestão de equipes e coaching I

EMENTA: Introdução às práticas de coaching e gestão de pessoas aplicadas ao ambiente comercial. Estudo das principais técnicas voltadas ao acompanhamento de equipes de vendas, com foco no desenvolvimento de competências interpessoais, liderança inicial em campo e utilização do feedback como ferramenta de aprimoramento.

Bibliografia básica:

- CHIAVENATO, Idalberto. Coaching e Mentoring - Construção de Talentos. 4. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2021. E-book. p.Capa. ISBN 9786559770403. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559770403/>.

Acesso em: 12 set. 2025.

- CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de Pessoas - O Novo Papel da Gestão do Talento Humano. 5. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2020. E-book. p.i. ISBN 9788597024074. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597024074/>.
Acesso em: 12 set. 2025.
- DUTRA, Joel S.; DUTRA, Tatiana A.; DUTRA, Gabriela A. Gestão de Pessoas. Rio de Janeiro: Atlas, 2017. E-book. p.i. ISBN 9788597013320. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597013320/>.
Acesso em: 12 set. 2025.

Bibliografia complementar

- ARELLANO, Eliete. Gestão de Pessoas. Rio de Janeiro: GEN Atlas, 2017. E-book. p.i. ISBN 9788595152458. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595152458/>.
Acesso em: 12 set. 2025.
- CONNOR, Jerry; HIRANI, Karim. As Quatro Melhores Conversas de Coaching. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2021. E-book. p.19. ISBN 9788550817019. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788550817019/>.
Acesso em: 12 set. 2025.
- BICHUETTI, Luana B.; BICHUETTI, José L. Gestão de pessoas não é com o RH. São Paulo: Saint Paul Editora, 2020. E-book. p.Capa. ISBN 9786586407105. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786586407105/>.
Acesso em: 12 set. 2025.
- MADRUGA, Roberto. Employee Experience, Gestão de Pessoas e Cultura Organizacional. Rio de Janeiro: Atlas, 2021. E-book. p.Capa. ISBN 9786559770120. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559770120/>.
Acesso em: 12 set. 2025.

- TAYLOR, Marie; CRABB, Steve. Coaching Empresarial & Mentoria. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2019. E-book. p.1. ISBN 9788550813066.
Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788550813066/>.
Acesso em: 12 set. 2025.

DISCIPLINA: Finanças e contabilidade: da introdução ao balanço patrimonial

EMENTA: Estuda os principais conceitos de análise das demonstrações contábeis, análise vertical, horizontal e por índices econômicos e financeiros. Elaboração de Balanço Patrimonial e Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) em situações práticas.

Bibliografia básica

- GARRISON, R. H.; NOREEN, E. W.; BREWER, P. C. **Contabilidade gerencial**. 14. ed. Porto Alegre: AMGH, 2013. 774 p. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788580551624/pageid/0>. Acesso em: 08 set. 2025.
- IUDÍCIBUS, S. **Análise de balanços**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2017. 263 p.
Disponível em:
[https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597010879/epubcfi/6/2\[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover\]!/4/2/2%4052:1](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597010879/epubcfi/6/2[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover]!/4/2/2%4052:1). Acesso em: 08 set. 2025.
- HORIGUTI, Augusto M.; DONADEL, Juliane. Matemática comercial e financeira e fundamentos de estatística - 1ª edição - 2014. Rio de Janeiro: Érica, 2014. E-book. p.Capa. ISBN 9788536531038. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788536531038/>.
Acesso em: 08 set. 2025.

Bibliografia complementar

- NETO, Alexandre A. Estrutura e Análise de Balanços: Um Enfoque Econômico-financeiro. 13. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2023. E-book. p.Capa. ISBN 9786559775125. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559775125/> Acesso em: 04 set. 2025.

- TRIOLA, Mario F. **Introdução à Estatística**. 14. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2024. E-book. p.Capa. ISBN 9788521638780. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788521638780/> Acesso em: 04 set. 2025.
- MARION, J. C. **Análise das demonstrações contábeis: contabilidade empresarial**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2019. 260 p. Disponível em: [https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597021264/epubcfi/6/2\[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover\]!/4/2/2%4051:86_](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597021264/epubcfi/6/2[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover]!/4/2/2%4051:86_) Acesso em: 04 set. 2025.
- SOUZA, A. F. *et al.* **Análise financeira das demonstrações contábeis na prática**. São Paulo: Trevisan, 2015. 173 p. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788599519813/pageid/0_ Acesso em: 04 set. 2025.
- SILVA, A. A. **Estrutura, análise e interpretação das demonstrações contábeis**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2019. 281 p. Disponível em: [https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597012897/epubcfi/6/2\[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover\]!/4/2/2%4051:1_](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597012897/epubcfi/6/2[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover]!/4/2/2%4051:1_) Acesso em: 04 set. 2025.

DISCIPLINA: Check de metas I

EMENTA: Estudo dos fundamentos teóricos e práticos da gestão de metas no contexto organizacional. Abordagem dos princípios do planejamento estratégico, definição de objetivos, técnicas de acompanhamento de desempenho e gestão de indicadores. Introdução ao papel da liderança na definição e monitoramento de resultados.

Bibliografia básica

- ASSAF NETO, A.; LIMA, F. G. **Fundamentos de administração financeira**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2017. 382 p. Disponível em: [https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597010145/epubcfi/6/2\[%3Bvnd.vst.idref%3Dbody001\]!/4/2/2_](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597010145/epubcfi/6/2[%3Bvnd.vst.idref%3Dbody001]!/4/2/2_) Acesso em: 08 set. 2025.
- GARRISON, R. H.; NOREEN, E. W.; BREWER, P. C. **Contabilidade gerencial**. 14. ed. Porto Alegre: AMGH, 2013. 774 p. Disponível em:

[https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788580551624/pageid/](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788580551624/pageid/0)

[0](#). Acesso em: 08 set. 2025.

- LACOMBE, F. J. M.; HEILBORN, G. L. J. **Administração**: princípios e tendências. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2015. 560 p. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/978-85-02-63450-3/pageid/0>. Acesso em: 08 set. 2025.

Bibliografia complementar

- CHIAVENATO, I. **Administração: Teoria, Processo e Prática**. 6ª edição. São Paulo: Grupo GEN, 2022. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559773305/epubcfil/6/2%5B%3Bvnd.vst.idref%3Dcover%5D!/4/2/2%4076:87>. Acesso em: 08 set. 2025.
- SANTOS, Aline Alves dos; SILVA, Fabiane Padilha da; BARRETO, Jeanine dos S.; et al. **Gestão de custos**. Porto Alegre: SAGAH, 2018. E-book. p.Capa. ISBN 9788595026766. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595026766/> Acesso em: 04 set. 2025.
- NAKAO, S. H.; MORAES, M. B. C.; GODOY, C. R. **Contabilidade Financeira – Interpretação e Aplicação**. São Paulo: Grupo GEN, 2021. E-book. ISBN 9788597027815. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597027815/epubcfil/6/2%5B%3Bvnd.vst.idref%3Dcover%5D!/4/2/2%4051:2>. Acesso em: 08 set. 2025.
- CASAS, Alexandre Luzzi L. **Administração de vendas**, 8ª edição. Rio de Janeiro: Atlas, 2005. E-book. p.Capa. ISBN 9788522483129. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522483129/> Acesso em: 04 set. 2025.
- VEIGA, W. E.; SANTOS, F. A. **Contabilidade de custos: gestão em serviços, comércio e indústria**. 1a ed. São Paulo: Atlas, 2016. 206 p. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597008357/epubcfil/6/2%3Bvnd.vst.idref%3Dcover%5D!/4/2/2%4052:1>. Acesso em: 04 set. 2025.

EMENTA: Desenvolvimento de projetos voltados à resolução de desafios reais do contexto comercial, com integração das áreas de conhecimento do módulo. Aplicação da metodologia de casos de ensino como recurso para análise de problemas, formulação de hipóteses e proposição inicial de soluções.

Bibliografia básica

- CAMARGO, M. R. **Gerenciamento de projetos**: fundamentos e prática integrada. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier: 2018. 247 p. Disponível em: [https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595153332/epubcfil/6/2\[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover\]!/4/4/2\[cover01\]/2%4052:36_](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595153332/epubcfil/6/2[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover]!/4/4/2[cover01]/2%4052:36_). Acesso em: 08 set. 2025.
- KERZNER, H. **Gerenciamento de projetos**: uma abordagem sistêmica para planejamento, programação e controle. São Paulo: Blucher: 2015. 801 p. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788521208426/pageid/0_. Acesso em: 08 set. 2025.
- LARSON, E. W.; GRAY, C. F. **Gerenciamento de projetos**: o processo gerencial. 6. ed. Porto Alegre: AMGH, 2016. 592 p. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788580555677/pageid/0_. Acesso em: 08 set. 2025.

Bibliografia complementar

- AMARAL, D. P. *et al.* **Gerenciamento ágil de projetos**: aplicação em produtos inovadores. São Paulo: Saraiva, 2011. 226 p. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502122291/pageid/0_. Acesso em: 08 set. 2025.
- KERZNER, H.; SALADIS, F. P. **Gerenciamento de projetos orientado pelo valor**. Porto Alegre: Bookman, 2011. 291 p. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788577809219/pageid/0_. Acesso em: 08 set. 2025.
- RABEQUINI Jr., R.; CARVALHO, M. M. (org.). **Gerenciamento de projetos na prática**: casos brasileiros. 1a ed. São Paulo: Atlas, 2013. 212 p. Disponível em:

[https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788521208426/pageid/](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788521208426/pageid/0)

[0](#). Acesso em: 08 set. 2025.

- TORRES, L. F. **Fundamentos do gerenciamento de projetos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014. 179 p. (Coleção Grandes especialistas brasileiros: gerenciamento de projetos). Disponível em:
[https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595155534/epubcfi/6/2\[%3Bvnd.vst.idref%3Dcapa.xhtml\]!/4/2/2%4052:1](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595155534/epubcfi/6/2[%3Bvnd.vst.idref%3Dcapa.xhtml]!/4/2/2%4052:1). Acesso em: 08 set. 2025.
- XAVIER, C. M. S. **Gerenciamento de projetos**: como definir e controlar escopo do projeto. 4. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2018. 268 p. Disponível em:
[https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788553131204/pageid/](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788553131204/pageid/0)
[0](#). Acesso em: 08 set. 2025.

DISCIPLINA: Sociedade e Cultura

EMENTA: Aborda a antropologia quanto ao desenvolvimento da sociedade, das culturas e desenvolvimento dos povos, entendendo o seu processo evolutivo. Analisa e discute questões relevantes às relações étnico-raciais, indígenas e quilombolas, história afro-brasileira e africana, sustentabilidade e educação ambiental, inclusão e direitos humanos.

Bibliografia básica

- BES, P. *et al.* **Sociedade, cultura e cidadania**. Porto Alegre: Sagah, 2018. 172 p. Disponível em:
[https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595028395/pageid/](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595028395/pageid/0)
[0](#). Acesso em: 08 set. 2025.
- FERRAZ JR, T. S. (org.) **Filosofia, sociedade e direitos humanos**: ciclo de palestras em homenagem ao professor Godofredo Telles Jr. São Paulo: Manole, 2012. 210 p. Disponível em:
[https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788520446546/pageid/](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788520446546/pageid/0)
[0](#). Acesso em: 08 set. 2025.
- METCALF, P. **Cultura e sociedade**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2015. 208 p. (Coleção homem, cultura e sociedade). Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502629790/pageid/>

[0](#). Acesso em: 08 set. 2025.

Bibliografia complementar

- BARROSO, P. F.; BONETE, W. J.; QUEIROZ, R. Q. M. **Antropologia e Cultura**. Porto Alegre: Sagah, 2017. 218 p. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595021853/pageid/>
[0](#). Acesso em: 08 set. 2025.
- BONJOUR, L.; BAKER, A. **Filosofia**: textos fundamentais comentados. 2. ed. Porto Alegre: Penso, 2010. 776 p. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788536323633/pageid/>
[0](#). Acesso em: 08 set. 2025.
- DOBB, Maurice. A Evolução do Capitalismo. 9. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1981. E-book. p.1. ISBN 9788521637660. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788521637660/> Acesso em: 04 set. 2025.
- MARTINS, E. C. R. **Cultura e poder**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007. 152 p. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502110717/pageid/>
[0](#). Acesso em: 08 set. 2025.
- WHIMSTER, S. **Weber**. Porto Alegre: Penso, 2009. 360 p. (Série Introdução). Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788536321134/pageid/>
[0](#). Acesso em: 08 set. 2025.

DISCIPLINA: Aprendizagem em EaD

EMENTA: Apresenta os principais tópicos para a compreensão e utilização dos recursos da EaD no contexto do curso, com ênfase nos processos de ensino e aprendizagem em ambientes virtuais. Gestão do tempo para o estudo.

Bibliografia básica

- AL, Claudio Marlus Skora, Tamires Pereira Duarte Goulart, Maria Elena Roman de Oliveira Toledo, E. Introdução à educação a distância: EAD. Porto Alegre: SAGAH, 2022. E-book. p.Capa. ISBN 9786556903774. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786556903774/> Acesso em: 04 set. 2025.
- LEMBRUBER, M. S. Educação a Distância: para além dos caixas eletrônicos. In: BRASIL. Ministério da Educação. **Conferência Nacional da Educação Básica**. Portal MEC. Brasília, DF: Ministério da Educação, [200-]. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/arquivos/conferencia/documentos/marcio_lemgruber.pdf . Acesso em: 4 set. 2025.
- ROSINI, A. M. **As novas tecnologias da informação e a educação a distância**. 2 ed. São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2014. 28 nov. 2022. 138.p. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522118182/pageid/0>. Acesso em: 04 set. 2025.

Bibliografia complementar

- ABREU NETO, J. T.; PORDEUS, M. P.; SILVA, C. H. G. A educação a distância no ensino superior: um paradigma de ensino na contemporaneidade. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação-REASE**. São Paulo, v.7.n.3, mar. 2021. Disponível em: <https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/761/354>. Acesso em: 08 de set. 2025.
- BACAN, A. R., MARTINS, G. H., SANTOS, A. A. S. Adaptação ao Ensino Superior, Estratégias de Aprendizagem e Motivação de Alunos EaD. Psicologia: Ciência e Profissão 2020 v. 40, e211509, 1-15. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1982-3703003211509>. Acesso em: 08 set. 2025.
- BES, P. **Andragogia e educação profissional**. Porto Alegre: Grupo A, 2017. E-book. ISBN 9788595021839. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595021839/pageid/80>. Acesso em: 08 set. 2025.
- PEREIRA, J. G. O ensino a distância e seus desafios. **Núcleo do Conhecimento**, 2021. Disponível em:

<https://www.nucleodoconhecimento.com.br/educacao/o-ensino>. Acesso em: 08 set.2025.

- SILVA, E. M. T. Aprendizagem através do ensino a distância, uma oportunidade de democratização e inclusão social. **23º Congresso Internacional Abed de Educação a Distância**. Disponível em: <http://www.abed.org.br/congresso2017/trabalhos/pdf/206.pdf>. Acesso em: 08 set.2025.

MÓDULO II
Administração de Vendas: Tecnologia
Técnicas de Vendas: Argumentos e Técnicas de Persuasão
Logística
Análise de Campo II
Líder do Outro e do Negócio
Gestão de Equipes - Coaching II
Finanças e Contabilidade: DRE, Fluxo de Caixa e Tributos
Pricing
Check de Metas II
Desafios Reais de Negócios II

DISCIPLINA: Administração de vendas: tecnologia

EMENTA: Apresenta os princípios fundamentais da administração de vendas integrados com as mais recentes tecnologias. Estratégias de tecnologia no processo de gestão, incluindo CRM (*Customer Relationship Management*), automação de vendas, análise de dados de vendas, uso de ferramentas digitais para otimização de processos comerciais com georreferenciamento, por exemplo, e o uso de inteligência artificial para melhoria de produtividade.

Bibliografia básica

- SARFATI, G. (org.) **Manual de negociação**. São Paulo: Saraiva, 2010. 234 p.
Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502119352/pageid/0>. Acesso em: 04 set. 2025.

DISCIPLINA: Técnicas de vendas: argumentos e técnicas de persuasão

EMENTA: Apresenta habilidades avançadas em técnicas de vendas, focando especialmente no manejo eficaz de objeções e no desenvolvimento de estratégias persuasivas. Teorias comportamentais e psicológicas aplicáveis à negociação e ao fechamento de vendas, com ênfase na identificação e antecipação de objeções por parte dos clientes. Técnicas para superar objeções com argumentos convincentes e técnicas de persuasão ética, adaptadas aos diferentes perfis de consumidores e contextos de mercado

Bibliografia básica

- CÔNSOLI, Matheus A.; CASTRO, Luciano T.; NEVES, Marcos F. Vendas: técnicas para encantar seus clientes. Porto Alegre: Grupo A, 2007. E-book. ISBN 9788577801121. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577801121/>. Acesso em: 22 jul. 2025.
- BLOUNT, Jeb. Objeções: Como se tornar um mestre na arte e na ciência de superar um não. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2019. E-book. ISBN 9788550808932. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788550808932/>. Acesso em: 22 jul. 2025.
- BETTGER, Frank. Do fracasso ao sucesso em vendas. Barueri: Editora Manole, 2018. E-book. ISBN 9786555762952. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786555762952/>. Acesso em: 22 jul. 2025.

Bibliografia complementar

- CARTER, Lee H. Persuasão. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2020. E-book. ISBN 9786555202373. Disponível em:

- <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786555202373/>. Acesso em: 22 jul. 2025.
- HARRIS, Jason. A expressiva arte da persuasão: os 11 hábitos que transformarão qualquer um em um mestre da influência. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2023. E-book. ISBN 9788550816838. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788550816838/>. Acesso em: 22 jul. 2025.
 - ZENARO, Marcelo. Técnicas de Negociação: Como Melhorar seu Desempenho Pessoal e Profissional nos Negócios. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2014. E-book. ISBN 9788522490721. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522490721/>. Acesso em: 22 jul. 2025.
 - SARFATI, Gilberto. Manual de negociação. Rio de Janeiro: Saraiva, 2010. E-book. p.234. ISBN 9788502119352. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502119352/> Acesso em: 22 jul. 2025.
 - MARTINELLI, Dante P.; GHISI, Flávia A. Negociação - 2ª edição. São Paulo: SRV Editora LTDA, 2012. E-book. ISBN 9788502160804. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502160804/> . Acesso em: 22 jul. 2025.

DISCIPLINA: Logística

EMENTA: Apresenta e analisa os aspectos das cadeias de suprimentos e operações logísticas relacionados ao transporte e distribuição, destacando-se o planejamento estratégico, a gestão de operações e de riscos. Engloba questões relacionadas à conservação e preservação ambiental.

Bibliografia básica

- BOOSTEL, I.; REIS, Z.C. **Gestão de custos, riscos e perdas**. Porto Alegre: Grupo A, 2019. E-book. ISBN 9788595028623. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595028623/pageid/0>. Acesso em: 22 jul. 2025.

- CAIXETA-FILHO, J. V.; MARTINS, R. S. **Gestão Logística do Transporte de Cargas**. São Paulo: Grupo GEN, 2002. *E-book*. ISBN 9788522494637
Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522494637/pageid/0>. Acesso em: 22 jul. 2025.
- VALENTE, A. M.; NOVAES, A. G.; PASSAGLIA, E.; VIEIRA, H. **Gerenciamento de Transporte e Frotas**. São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2016. *E-book*. ISBN 9788522125159. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522125159/pageid/0>. Acesso em: 22 jul. 2025.

Bibliografia complementar

- BALLOU, R. H. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos**: logística empresarial. 5a ed. Porto Alegre: Bookman, 2007. 616 p. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788560031467/pageid/0>. Acesso em: 22 jul. 2025.
- BERTAGLIA, P. R. **Logística e gerenciamento da cadeia de abastecimento**. 4. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2020. 520 p. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788571440975/pageid/0>. Acesso em: 22 jul. 2025.
- GRANT, D. B. **Gestão de logística e cadeia de suprimentos**. São Paulo: Saraiva, 2013. 362 p. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788580553185/pageid/0>. Acesso em: 22 jul. 2025.
- LEITE, P. R. **Logística reversa**. São Paulo: Editora Saraiva, 2017. *E-book*. ISBN 9788547215064. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788547215064/pageid/30>. Acesso em: 22 jul. 2025.
- BOWERSOX, Donald J.; CLOSS, David J.; COOPER, M B.; et al. **Gestão logística da cadeia de suprimentos**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2014. *E-book*. p.l. ISBN 9788580553185. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788580553185/> . Acesso em: 22 jul. 2025.

DISCIPLINA: Líder do outro e do negócio

EMENTA: Estuda as competências fundamentais para o desenvolvimento e exercício da liderança. Influência dos aspectos comportamentais dos envolvidos, inclusive os de origem socioculturais, na gestão de equipes. A importância da relação interpessoal e seus fatores responsáveis pela formação, manutenção e desenvolvimento de equipes de alto desempenho. Aborda, transversalmente, as relações étnico-raciais, cultura afro-brasileira e africana e indígenas, inclusão e direitos humanos.

Bibliografia básica

- CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de Pessoas - O Novo Papel da Gestão do Talento Humano. 5. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2020. E-book. p.i. ISBN 9788597024074. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597024074/> Acesso em: 04 set. 2025.
- BLANCHARD, K. H. Liderança de alto nível: como criar e liderar organizações de alto desempenho. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2019. 365 p. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788582605240/epubcfi/6/2/%3Bvnd.vst.idref%3DCapa.xhtml!/4/4/2%4051:71_ Acesso em: 04 set. 2025.
- MARRAS, Jean Pierre. Administração de recursos humanos: do operacional ao estratégico. 15. Ed. São Paulo: Saraiva, 2016. 352p. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/978-85-472-0109-8/pageid/0_ Acesso em: 04 set. 2025.

Bibliografia complementar

- DUTRA, J.S.; FLEURY, M. T. L.; RUAS, R. (org.). **Competências**: conceitos, métodos e experiências. São Paulo: Atlas, 2013. 303 p. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522468317/pageid/0_ Acesso em: 04 set. 2025.
- MARRAS, Jean P. Gestão de pessoas em empresas inovadoras. 2. ed. Rio de Janeiro: Saraiva Uni, 2011. E-book. p.1. ISBN 9788502172722. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502172722/> Acesso em: 04 set. 2025.

- JACKSON, B.; PERRY, K. **Um livro bom, pequeno e acessível sobre liderança**. Porto Alegre: Bookman, 2010. 225 p. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788577806508/pageid/0>. Acesso em: 04 set. 2025.
- ROSSI, J. C. *et al.* **Desenvolvimento gerencial e liderança**. Porto Alegre: Sagah, 2021. 175 p. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786556901183/pageid/0>. Acesso em: 04 set. 2025.
- SCHEIN, E. H.; SCHEIN, P. **Cultura Organizacional e Liderança**. São Paulo: Grupo GEN, 2022. E-book. ISBN 9786559773626. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559773626/epubcfi/6/2/%5B%3Bvnd.vst.idref%3Dhtml1%5D!4/2/2%4076:81>. Acesso em: 04 set. 2025.

DISCIPLINA: Análise de campo II

EMENTA: Aplicação supervisionada dos métodos e técnicas de análise de campo em ambientes comerciais reais. Desenvolvimento de atividades práticas em pontos de venda, contemplando coleta, organização e análise de dados de mercado, concorrência e preços, bem como observação do comportamento do consumidor. Ênfase na construção da percepção analítica e no uso estratégico de feedbacks para o desempenho das equipes de vendas.

Bibliografia básica

- CONGER, Thiago. **Vendas não ocorrem por acaso: o guia de vendas da equipe comercial**. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2021. E-book. ISBN 9786555203264. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786555203264/>. Acesso em: 18 jul. 2025.
- ALVAREZ, Francisco Javier Sebastian M.; CARVALHO, Marcos R. **Gestão eficaz da equipe de vendas** 2ED. São Paulo: SRV Editora LTDA, 2019. E-book. ISBN 9788571440616. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788571440616/>. Acesso em: 18 jul. 2025.

- CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de Vendas - Uma Abordagem Introdutória. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2022. E-book. ISBN 9786559772841. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559772841/>. Acesso em: 18 jul. 2025.

Bibliografia complementar

- FUTRELL, Charles M. Vendas: o guia completo. Porto Alegre: Grupo A, 2014. E-book. ISBN 9788580553475. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788580553475/>. Acesso em: 18 jul. 2025.
- ZAMBERLAN, Luciano. Gestão Estratégica do Ponto de Venda. Ijuí: Editora Unijuí, 2010. E-book. ISBN 9788541903066. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788541903066/>. Acesso em: 18 jul. 2025.
- CONCERT, Thiago. Vendedor bonzinho não fica rico: os quatro princípios sobre como ganhar dinheiro com vendas. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2022. E-book. ISBN 9788550816753. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788550816753/>. Acesso em: 18 jul. 2025.
- D'ANDREA, Rafael; CÔNSOLI, Matheus A.; GUISSONI, Leandro A. Shopper marketing: a nova estratégia integrada de marketing para a conquista do cliente no ponto de venda. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2011. E-book. ISBN 9788522474363. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522474363/>. Acesso em: 18 jul. 2025.
- ALVAREZ, Francisco J. S. M. Gestão estratégica de clientes - Key account management. São Paulo: SRV Editora LTDA, 2015. E-book. ISBN 9788502636316. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502636316/>. Acesso em: 18 jul. 2025.

EMENTA: Aplicação prática dos fundamentos da gestão de metas em situações reais. Estudo das técnicas de definição de metas SMART, desdobramento de objetivos organizacionais e planejamento de ações. Ênfase no alinhamento estratégico entre metas individuais e metas institucionais, com introdução ao uso básico de indicadores de desempenho.

Bibliografia básica

- ASSAF NETO, A.; LIMA, F. G. **Fundamentos de administração financeira**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2017. 382 p. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597010145/epubcfi/6/2/%3Bvnd.vst.idref%3Dbody001!/4/2/2>. Acesso em: 18 jul. 2025.
- GARRISON, R. H.; NOREEN, E. W.; BREWER, P. C. **Contabilidade gerencial**. 14. ed. Porto Alegre: AMGH, 2013. 774 p. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788580551624/pageid/0>. Acesso em: 18 jul. 2025.
- LACOMBE, F. J. M.; HEILBORN, G. L. J. **Administração: princípios e tendências**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2015. 560 p. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/978-85-02-63450-3/pageid/0>. Acesso em: 18 jul. 2025.

Bibliografia complementar

- CHIAVENATO, I. **Administração: Teoria, Processo e Prática**. 6ª edição. São Paulo: Grupo GEN, 2022. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559773305/epubcfi/6/2/%5B%3Bvnd.vst.idref%3Dcover%5D!/4/2/2%4076:87>. Acesso em: 18 jul. 2025.
- SANTOS, Aline Alves dos; SILVA, Fabiane Padilha da; BARRETO, Jeanine dos S.; et al. **Gestão de custos**. Porto Alegre: SAGAH, 2018. E-book. p.Capa. ISBN 9788595026766. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595026766/>. Acesso em: 18 jul. 2025.
- NAKAO, S. H.; MORAES, M. B. C.; GODOY, C. R. **Contabilidade Financeira – Interpretação e Aplicação**. São Paulo: Grupo GEN, 2021. E-book. ISBN 9788597027815. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597027815/epubcfi/6/2%5B%3Bvnd.vst.idref%3Dcover%5D!/4/2/2%4051:2>. Acesso em: 18 jul. 2025.

- CASAS, Alexandre Luzzi L. **Administração de vendas**, 8ª edição. Rio de Janeiro: Atlas, 2005. E-book. p.Capa. ISBN 9788522483129. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522483129/> . Acesso em: 18 jul. 2025.
- VEIGA, W. E.; SANTOS, F. A. **Contabilidade de custos: gestão em serviços, comércio e indústria**. 1a ed. São Paulo: Atlas, 2016. 206 p. Disponível em: [https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597008357/epubcfi/6/2\[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover\]!/4/2/2%4052:1](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597008357/epubcfi/6/2[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover]!/4/2/2%4052:1). Acesso em: 18 jul. 2025.

DISCIPLINA: Desafios Reais de Negócios II

EMENTA: Elaboração de projetos práticos para a resolução de problemas reais em organizações, a partir da integração de conteúdos disciplinares do módulo. Ênfase na identificação de problemas, organização de ideias e construção colaborativa de soluções fundamentadas em evidências. Desenvolvimento de habilidades iniciais de análise, argumentação e aprendizagem aplicada.

Bibliografia básica

- CAMARGO, M. R. **Gerenciamento de projetos: fundamentos e prática integrada**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2018. 247 p. Disponível em: [https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595153332/epubcfi/6/2\[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover\]!/4/4/2\[cover01\]/2%4052:36](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595153332/epubcfi/6/2[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover]!/4/4/2[cover01]/2%4052:36). Acesso em: 18 jul. 2025.
- KERZNER, H. **Gerenciamento de projetos: uma abordagem sistêmica para planejamento, programação e controle**. São Paulo: Blucher, 2015. 801 p. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788521208426/pageid/0>. Acesso em: 18 jul. 2025.
- LARSON, E. W.; GRAY, C. F. **Gerenciamento de projetos: o processo gerencial**. 6. ed. Porto Alegre: AMGH, 2016. 592 p. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788580555677/pageid/0>. Acesso em: 18 jul. 2025.

Bibliografia complementar

- AMARAL, D. P. *et al.* **Gerenciamento ágil de projetos**: aplicação em produtos inovadores. São Paulo: Saraiva, 2011. 226 p. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502122291/pageid/0>. Acesso em: 18 jul. 2025.
- KERZNER, H.; SALADIS, F. P. **Gerenciamento de projetos orientado pelo valor**. Porto Alegre: Bookman, 2011. 291 p. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788577809219/pageid/0>. Acesso em: 18 jul. 2025.
- RABEQUINI Jr., R.; CARVALHO, M. M. (org.). **Gerenciamento de projetos na prática**: casos brasileiros. 1a ed. São Paulo: Atlas, 2013. 212 p. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788521208426/pageid/0>. Acesso em: 18 jul. 2025.
- TORRES, L. F. **Fundamentos do gerenciamento de projetos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014. 179 p. (Coleção Grandes especialistas brasileiros: gerenciamento de projetos). Disponível em: [https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595155534/epubcfi/6/2\[%3Bvnd.vst.idref%3Dcapa.xhtml\]!/4/2/2%4052:1](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595155534/epubcfi/6/2[%3Bvnd.vst.idref%3Dcapa.xhtml]!/4/2/2%4052:1). Acesso em: 18 jul. 2025.
- XAVIER, C. M. S. **Gerenciamento de projetos**: como definir e controlar escopo do projeto. 4. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2018. 268 p. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788553131204/pageid/0>. Acesso em: 18 jul. 2025.

DISCIPLINA: Gestão de equipes e coaching II

EMENTA: Desenvolvimento das competências fundamentais de liderança em equipes de vendas, com ênfase na aplicação prática das técnicas de coaching em campo. Estudo de estratégias de escuta ativa, comunicação assertiva e fortalecimento das relações interpessoais. Ênfase na utilização do feedback construtivo como instrumento de desenvolvimento coletivo.

Bibliografia básica:

- CHIAVENATO, Idalberto. Coaching e Mentoring - Construção de Talentos. 4. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2021. E-book. p.Capa. ISBN 9786559770403. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559770403/>. Acesso em: 12 set. 2025. ·
- CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de Pessoas - O Novo Papel da Gestão do Talento Humano. 5. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2020. E-book. p.i. ISBN 9788597024074. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597024074/>. Acesso em: 12 set. 2025.
- DUTRA, Joel S.; DUTRA, Tatiana A.; DUTRA, Gabriela A. Gestão de Pessoas. Rio de Janeiro: Atlas, 2017. E-book. p.i. ISBN 9788597013320. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597013320/>. Acesso em: 12 set. 2025.

Bibliografia complementar

- ARELLANO, Eliete. Gestão de Pessoas. Rio de Janeiro: GEN Atlas, 2017. E-book. p.i. ISBN 9788595152458. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595152458/>. Acesso em: 12 set. 2025. ·
- CONNOR, Jerry; HIRANI, Karim. As Quatro Melhores Conversas de Coaching. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2021. E-book. p.19. ISBN 9788550817019. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788550817019/>. Acesso em: 12 set. 2025. ·
- BICHUETTI, Luana B.; BICHUETTI, José L. Gestão de pessoas não é com o RH. São Paulo: Saint Paul Editora, 2020. E-book. p.Capa. ISBN 9786586407105. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786586407105/>. Acesso em: 12 set. 2025. ·

- MADRUGA, Roberto. Employee Experience, Gestão de Pessoas e Cultura Organizacional. Rio de Janeiro: Atlas, 2021. E-book. p.Capa. ISBN 9786559770120. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559770120/>. Acesso em: 12 set. 2025. ·
- TAYLOR, Marie; CRABB, Steve. Coaching Empresarial & Mentoria. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2019. E-book. p.1. ISBN 9788550813066. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788550813066/>. Acesso em: 12 set. 2025.

DISCIPLINA: Finanças e contabilidade: DRE, fluxo de caixa e tributos

EMENTA: Estuda os principais conceitos de análise das demonstrações contábeis, análise vertical, horizontal e por índices econômicos e financeiros. Elaboração de Balanço Patrimonial e Demonstração do Resultado do Exercício em situações práticas.

Bibliografia básica

- NASCIMENTO, A. M.; REGINATO, L. (org.) **Controladoria**: um enfoque na eficácia organizacional. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2013. 316 p. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522476688/pageid/0>. Acesso em: 04 set. 2025.
- PADOVEZE, C. L. **Controladoria estratégica aplicada**: conceitos, estrutura e sistemas de informações. São Paulo: Cengage Learning, 2016a. 262 p. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522125968/pageid/2>. Acesso em: 04 set. 2025.
- PADOVEZE, C. L. **Controladoria básica**. 3. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2016b. 372 p. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522125173/pageid/0>. Acesso em: 04 set. 2025.

Bibliografia complementar

- CREPALDI, S. A.; CREPALDI, G. S. **Contabilidade gerencial**: teoria e prática. 8a ed. São Paulo: Atlas, 2019. 618 p. Disponível em:

[https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597011654/epubcfi/6/2\[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover\]!/4/2/2%4052:1](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597011654/epubcfi/6/2[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover]!/4/2/2%4052:1). Acesso em: 04 set. 2025.

- GARRISON, R. H.; NOREEN, E. W.; BREWER, P. C. **Contabilidade gerencial**. 14. ed. Porto Alegre: AMGH, 2013. 774 p. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788580551624/pageid/0>. Acesso em: 04 set. 2025.
- MARION, J. C. **Análise das demonstrações contábeis**: contabilidade empresarial. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2019. 260 p. Disponível em: [https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597021264/epubcfi/6/2\[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover\]!/4/2/2%4051:78](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597021264/epubcfi/6/2[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover]!/4/2/2%4051:78). Acesso em: 04 set. 2025.
- ROSSETTI, J. P.; ANDRADE, A. **Governança corporativa**: fundamentos, desenvolvimento e tendências. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019. 608 p. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522493067/pageid/0>. Acesso em: 04 set. 2025.
- SCHMIDT, P.; SANTOS, J. L. **Fundamentos de controladoria**. São Paulo: Atlas, 2009. 278 p. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522494316/pageid/0>. Acesso em: 04 set. 2025.

DISCIPLINA: Pricing

EMENTA: Explora os fundamentos e estratégias essenciais de precificação no contexto empresarial moderno. Princípios econômicos e psicológicos que influenciam as decisões de precificação. Técnicas analíticas para determinação de preços ótimos.

Bibliografia básica

- PINTO, Leonardo José Seixas; MOURA, Paola Cristina Cardoso. Formação do preço de venda e estratégias de precificação: o caso da Leader Magazine. In: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA – SEGeT, 8., 2011, Resende. Anais [...]. Resende: AEDB, 2011. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos11/25414331.pdf>. Acesso em: 4 set. 2025.
- YANASE, João. Custos e formação de preços, 1ª edição. São Paulo: Editora Trevisan, 2018. E-book. ISBN 9788595450257. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595450257/>. Acesso em: 4 set. 2025.

- CONGER, Thiago. Vendas não ocorrem por acaso: o guia de vendas da equipe comercial. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2021. E-book. ISBN 9786555203264. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786555203264/>. Acesso em: 4 set. 2025.

Bibliografia complementar

- BERTO, Dálvio J.; BEULKE, Rolando. Precificação: sinergia do marketing e das finanças - 1ª edição. São Paulo: SRV Editora LTDA, 2013. E-book. ISBN 9788502183735. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502183735/>. Acesso em: 4 set. 2025.
- DUBOIS, Alexy. Gestão de Custos e Formação de Preços - Conceitos, Modelos e Ferramentas. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2019. E-book. ISBN 9788597022803. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597022803/>. Acesso em: 4 set. 2025.
- BRUNI, Adriano L. Série Desvendando as Finanças - Administração Custos Preços Lucros, 6ª edição. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2018. E-book. ISBN 9788597018431. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597018431/>. Acesso em: 4 set. 2025.
- WERNKE, Rodney. Análise de custos e preço de venda 2ED. São Paulo: SRV Editora LTDA, 2018. E-book. ISBN 9788553131860. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788553131860/>. Acesso em: 4 set. 2025.
- SARDINHA, José C. Formação de preço: uma abordagem prática por meio da análise custo-volume-lucro. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2013. E-book. ISBN 9788522479610. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522479610/>. Acesso em: 4 set. 2025.

MÓDULO III
Trade Marketing: Introdução, Estratégia e Mix
Marketing: 4 Ps
Análise de Campo III
Gestão de Equipes - Coaching III
Check de Metas III
Desafios Reais de Negócios III
Prática Extensionista I

DISCIPLINA: Trade Marketing: introdução, estratégia e mix

EMENTA: Aborda conceitos fundamentais e estratégias avançadas de Trade Marketing, essenciais para a integração eficaz das atividades de marketing com as estratégias de vendas. Apresenta os 4 Ps de Trade marketing, papel do ponto de venda na experiência do consumidor, gestão de categorias de produtos, promoções no ponto de venda (PDV) e mix de portfólio.

Bibliografia básica

- CÔNSOLI, Matheus A.; D'ANDREA, Rafael. Trade marketing: estratégias de distribuição e execução de vendas. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2011. E-book. ISBN 9788522474370. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522474370/>. Acesso em: 18 jul. 2025.
- ALVAREZ, Francisco Javier Sebastian M. Trade marketing : A conquista do consumidor no ponto-de-venda. São Paulo: SRV Editora LTDA, 2007. E-book. ISBN 9788502121386. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502121386/>. Acesso em: 18 jul. 2025.
- MENDES, Rafael; BRITO. Seja visto e lembrado: o guia prático para viver mais e ficar na memória do seu cliente. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2024. E-book. ISBN 9788550821009. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788550821009/>. Acesso em: 18 jul. 2025.

Bibliografia complementar

- ZAMBERLAN, Luciano. Gestão Estratégica do Ponto de Venda. Ijuí: Editora Unijuí, 2010. E-book. ISBN 9788541903066. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788541903066/>. Acesso em: 18 jul. 2025.
- RIVA, João; OLIVEIRA, Fábio Eloi de; MANSANO, Kito; BONETTI, Luciano; SCHIASCHIO, Mônica; SANTO, Teka. Marketing Promocional. São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2014. E-book. ISBN 9788522113149. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522113149/>. Acesso em: 18 jul. 2025.
- HOYER, Wayne D.; MACINNIS, Deborah J. Comportamento do Consumidor - Tradução da 5ª edição norte-americana. São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2012. E-book. ISBN 9788522113170. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522113170/>. Acesso em: 18 jul. 2025.
- LADEIRA, Wagner; SANTINI, Fernando. Merchandising & Promoção de Vendas. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2018. E-book. ISBN 9788597016918. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597016918/>. Acesso em: 18 jul. 2025.
- D'ANDREA, Rafael; CÔNSOLI, Matheus A.; GUISSONI, Leandro A. Shopper marketing: a nova estratégia integrada de marketing para a conquista do cliente no ponto de venda. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2011. E-book. ISBN 9788522474363. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522474363/>. Acesso em: 18 jul. 2025.

DISCIPLINA: Marketing 4Ps

EMENTA: Explora os elementos fundamentais do mix de marketing (Produto, Preço, Praça - distribuição e Promoção). Estratégias e decisões táticas necessárias para criar,

comunicar e entregar valor aos clientes-alvo de forma eficaz. Técnicas para a gestão de produtos e serviços, estratégias de determinação de preços, canais de distribuição e comunicação integrada de marketing.

Bibliografia básica

- KOTLER, P. **Marketing para o século XXI**: como criar, conquistar e dominar mercado. Rio de Janeiro: Alta Books, 2021. 245 p. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555202458/epubcfi/6/2/%3Bvnd.vst.idref%3Dcover!4/2/2%4051:1>. Acesso em: 18 jul. 2025.
- KUAZAQUI, E. (org.). **Gestão de marketing 4.0**: casos, modelos e ferramentas. São Paulo: Atlas, 2019. 171 p. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597022889/epubcfi/6/2/%3Bvnd.vst.idref%3Dhtml0!4/2/4%4052:2>. Acesso em: 18 jul. 2025.
- ROCHA, M. (org.). **Marketing estratégico**. São Paulo: Saraiva, 2015. 295 p. (Coleção Marketing em tempos modernos). Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/978-85-02-63878-5/pageid/0>. Acesso em: 18 jul. 2025.

Bibliografia complementar

- FARIAS, C.; DUSCHITZ, C.; CARVALHO, G. M. de. **Marketing aplicado**. Porto Alegre: Bookman, 2015. 252 p. Série Tekne. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788582602782/pageid/0>. Acesso em: 18 jul. 2025.
- KERIN, R. A. **Problemas de marketing estratégico**: comentários e casos selecionados. 11. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009. 496 p. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788577804122/pageid/0>. Acesso em: 18 jul. 2025.
- MARQUES, Vasco. Marketing Digital 360. São Paulo: Grupo Almedina, 2018. E-book. ISBN 9789896946548. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9789896946548/>. Acesso em: 18 jul. 2025.
- HONORATO, Gilson. Conhecendo o marketing. Barueri: Editora Manole, 2004. E-book. ISBN 9788520438756. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788520438756/>. Acesso em: 18 jul. 2025.

- CASTRO, Alexandre Cesar Motta de. Marketing Canvas. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2018. E-book. p.1. ISBN 9786555205183. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555205183/> Acesso em: 18 jul. 2025.

DISCIPLINA: Análise de campo III

EMENTA: Aprofundamento das práticas de análise de campo com foco no desempenho e integração de equipes comerciais. Exercícios de observação crítica e diagnósticos situacionais aplicados a pontos de venda, com vistas à proposição de ajustes operacionais e de melhorias contínuas. Ênfase no papel do estudante como agente ativo no processo de aperfeiçoamento das práticas de gestão de equipes e na consolidação de estratégias de relacionamento com clientes.

Bibliografia básica

- CONCKER, Thiago. Vendas não ocorrem por acaso: o guia de vendas da equipe comercial. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2021. E-book. ISBN 9786555203264. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786555203264/>. Acesso em: 18 jul. 2025.
- ALVAREZ, Francisco Javier Sebastian M.; CARVALHO, Marcos R. Gestão eficaz da equipe de vendas 2ED. São Paulo: SRV Editora LTDA, 2019. E-book. ISBN 9788571440616. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788571440616/>. Acesso em: 18 jul. 2025.
- CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de Vendas - Uma Abordagem Introdutória. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2022. E-book. ISBN 9786559772841. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559772841/>. Acesso em: 18 jul. 2025.

Bibliografia complementar

- FUTRELL, Charles M. Vendas: o guia completo. Porto Alegre: Grupo A, 2014. E-book. ISBN 9788580553475. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788580553475/>. Acesso em: 18 jul. 2025.
- ZAMBERLAN, Luciano. Gestão Estratégica do Ponto de Venda. Ijuí: Editora Unijuí, 2010. E-book. ISBN 9788541903066. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788541903066/>. Acesso em: 18 jul. 2025.
- CON CER, Thiago. Vendedor bonzinho não fica rico: os quatro princípios sobre como ganhar dinheiro com vendas. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2022. E-book. ISBN 9788550816753. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788550816753/>. Acesso em: 18 jul. 2025.
- D'ANDREA, Rafael; CÔNSOLI, Matheus A.; GUISSONI, Leandro A. Shopper marketing: a nova estratégia integrada de marketing para a conquista do cliente no ponto de venda. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2011. E-book. ISBN 9788522474363. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522474363/>. Acesso em: 18 jul. 2025.
- ALVAREZ, Francisco J. S M. Gestão estratégica de clientes - Key account management. São Paulo: SRV Editora LTDA, 2015. E-book. ISBN 9788502636316. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502636316/>. Acesso em: 18 jul. 2025.

Disciplina: Gestão de equipes e coaching III

EMENTA: Aprofundamento das práticas de coaching com foco na liderança em campo, acompanhamento de desempenho e fortalecimento da equipe. Aplicação de ferramentas estratégicas de gestão de pessoas para identificação de potencial, gestão de conflitos e estímulo ao autodesenvolvimento. Ênfase na atuação ativa do aluno como líder formador de competências técnicas e comportamentais.

Bibliografia básica:

- CHIAVENATO, Idalberto. Coaching e Mentoring - Construção de Talentos. 4. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2021. E-book. p.Capa. ISBN 9786559770403. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559770403/>. Acesso em: 12 set. 2025. ·
- CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de Pessoas - O Novo Papel da Gestão do Talento Humano. 5. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2020. E-book. p.i. ISBN 9788597024074. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597024074/>. Acesso em: 12 set. 2025.
- DUTRA, Joel S.; DUTRA, Tatiana A.; DUTRA, Gabriela A. Gestão de Pessoas. Rio de Janeiro: Atlas, 2017. E-book. p.i. ISBN 9788597013320. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597013320/>. Acesso em: 12 set. 2025.

Bibliografia complementar

- ARELLANO, Eliete. Gestão de Pessoas. Rio de Janeiro: GEN Atlas, 2017. E-book. p.i. ISBN 9788595152458. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595152458/>. Acesso em: 12 set. 2025.
- CONNOR, Jerry; HIRANI, Karim. As Quatro Melhores Conversas de Coaching. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2021. E-book. p.19. ISBN 9788550817019. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788550817019/>. Acesso em: 12 set. 2025.
- BICHUETTI, Luana B.; BICHUETTI, José L. Gestão de pessoas não é com o RH. São Paulo: Saint Paul Editora, 2020. E-book. p.Capa. ISBN 9786586407105. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786586407105/>. Acesso em: 12 set. 2025.
- MADRUGA, Roberto. Employee Experience, Gestão de Pessoas e Cultura Organizacional. Rio de Janeiro: Atlas, 2021. E-book. p.Capa. ISBN

9786559770120. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559770120/>.

Acesso em: 12 set. 2025.

- TAYLOR, Marie; CRABB, Steve. *Coaching Empresarial & Mentoria*. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2019. E-book. p.1. ISBN 9788550813066.

Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788550813066/>.

Acesso em: 12 set. 2025.

DISCIPLINA: Check de metas III

EMENTA: Aprofundamento dos processos de implementação e monitoramento de metas em equipes de trabalho. Utilização de indicadores de desempenho como ferramentas de gestão, elaboração de planos de ação integrados e práticas de gestão colaborativa de metas. Ênfase na motivação de equipes e no alinhamento organizacional para obtenção de resultados consistentes.

Bibliografia básica

- ASSAF NETO, A.; LIMA, F. G. **Fundamentos de administração financeira**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2017. 382 p. Disponível em:
[https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597010145/epubcfi/6/2\[%3Bvnd.vst.idref%3Dbody001\]!/4/2/2](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597010145/epubcfi/6/2[%3Bvnd.vst.idref%3Dbody001]!/4/2/2). Acesso em: 12 set. 2025.
- GARRISON, R. H.; NOREEN, E. W.; BREWER, P. C. **Contabilidade gerencial**. 14. ed. Porto Alegre: AMGH, 2013. 774 p. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788580551624/pageid/0>. Acesso em: 12 set. 2025.
- LACOMBE, F. J. M.; HEILBORN, G. L. J. **Administração: princípios e tendências**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2015. 560 p. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/978-85-02-63450-3/pageid/0>. Acesso em: 12 set. 2025.

Bibliografia complementar

- CHIAVENATO, I. **Administração: Teoria, Processo e Prática**. 6ª edição. São Paulo: Grupo GEN, 2022. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559773305/epubcfi/6/2%5B%3Bvnd.vst.idref%3Dcover%5D!/4/2/2%4076:87>. Acesso em: 12 set.

2025.

- SANTOS, Aline Alves dos; SILVA, Fabiane Padilha da; BARRETO, Jeanine dos S.; et al. *Gestão de custos*. Porto Alegre: SAGAH, 2018. E-book. p.Capa. ISBN 9788595026766. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595026766/> Acesso em: 12 set. 2025.
- NAKAO, S. H.; MORAES, M. B. C.; GODOY, C. R. **Contabilidade Financeira** – Interpretação e Aplicação. São Paulo: Grupo GEN, 2021. *E-book*. ISBN 9788597027815. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597027815/epubcfi/6/2%5B%3Bvnd.vst.idref%3Dcover%5D!/4/2/2%4051:2>. Acesso em: 12 set. 2025.
- CASAS, Alexandre Luzzi L. **Administração de vendas**, 8ª edição. Rio de Janeiro: Atlas, 2005. E-book. p.Capa. ISBN 9788522483129. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522483129/>. Acesso em: 12 set. 2025.
- VEIGA, W. E.; SANTOS, F. A. **Contabilidade de custos: gestão em serviços, comércio e indústria**. 1a ed. São Paulo: Atlas, 2016. 206 p. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597008357/epubcfi/6/2%3Bvnd.vst.idref%3Dcover%5D!/4/2/2%4052:1>. Acesso em: 12 set. 2025.

DISCIPLINA: Desafios Reais de Negócios III

EMENTA: Aprofundamento da experiência em projetos de resolução de desafios organizacionais, com foco na autonomia e no uso de dados reais. Aplicação de ferramentas de gestão, marketing e vendas para análise integrada de problemas e construção de soluções. Ênfase no trabalho em equipe, negociação, escuta ativa e fundamentação das propostas em perspectivas teórico-práticas.

Bibliografia básica

- CAMARGO, M. R. **Gerenciamento de projetos: fundamentos e prática integrada**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier: 2018. 247 p. Disponível em:

[https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595153332/epubcfi/6/2\[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover\]!/4/4/2\[cover01\]/2%4052:36](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595153332/epubcfi/6/2[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover]!/4/4/2[cover01]/2%4052:36). Acesso em: 12 set. 2025.

- KERZNER, H. **Gerenciamento de projetos**: uma abordagem sistêmica para planejamento, programação e controle. São Paulo: Blucher: 2015. 801 p. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788521208426/pageid/0>. Acesso em: 12 set. 2025.
- LARSON, E. W.; GRAY, C. F. **Gerenciamento de projetos**: o processo gerencial. 6. ed. Porto Alegre: AMGH, 2016. 592 p. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788580555677/pageid/0>. Acesso em: 12 set. 2025.

Bibliografia complementar

- AMARAL, D. P. *et al.* **Gerenciamento ágil de projetos**: aplicação em produtos inovadores. São Paulo: Saraiva, 2011. 226 p. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502122291/pageid/0>. Acesso em: 12 set. 2025.
- KERZNER, H.; SALADIS, F. P. **Gerenciamento de projetos orientado pelo valor**. Porto Alegre: Bookman, 2011. 291 p. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788577809219/pageid/0>. Acesso em: 12 set. 2025.
- RABEQUINI Jr., R.; CARVALHO, M. M. (org.). **Gerenciamento de projetos na prática**: casos brasileiros. 1a ed. São Paulo: Atlas, 2013. 212 p. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788521208426/pageid/0>. Acesso em: 12 set. 2025.
- TORRES, L. F. **Fundamentos do gerenciamento de projetos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014. 179 p. (Coleção Grandes especialistas brasileiros: gerenciamento de projetos). Disponível em:
[https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595155534/epubcfi/6/2\[%3Bvnd.vst.idref%3Dcapa.xhtml\]!/4/2/2%4052:1](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595155534/epubcfi/6/2[%3Bvnd.vst.idref%3Dcapa.xhtml]!/4/2/2%4052:1). Acesso em: 12 set. 2025.
- XAVIER, C. M. S. **Gerenciamento de projetos**: como definir e controlar escopo do projeto. 4. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2018. 268 p. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788553131204/pageid/>

0. Acesso em: 12 set. 2025.

DISCIPLINA: Prática extensionista I

EMENTA: Propõe uma vivência prática baseada na Extensão Universitária, com foco no Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 8, em especial na promoção do crescimento econômico sustentável, inclusivo, emprego pleno e produtivo, e trabalho decente para todas. Aborda temas relacionados a: direitos humanos; cidadania; desigualdade social; educação das relações étnico-raciais e do ensino de história e cultura afro-brasileira, africana e indígena; promovendo uma formação crítica, inclusiva e comprometida com a justiça social.

Bibliografia básica:

- FRAGOSO, João. Sociedade Perfeita: as origens da desigualdade social no Brasil. São Paulo: Editora Contexto, 2024. E-book. p.1. ISBN 9786555414066. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555414066/>. Acesso em: 12 set. 2025.
- MONDAINI, Marco. Direitos Humanos. São Paulo: Edições 70, 2020. E-book. p.1. ISBN 9788562938368. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788562938368/>. Acesso em: 12 set. 2025.
- ZAMBERLAN, Luciano. Gestão Estratégica do Ponto de Venda. Ijuí: Editora Unijuí, 2010. E-book. p.1. ISBN 9788541903066. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788541903066/>. Acesso em: 12 set. 2025.

Bibliografia complementar

- BES, Pablo; OLIVA, Diego C.; BONETE, Wilian J.; et al. Sociedade, cultura e cidadania. Porto Alegre: SAGAH, 2020. E-book. p.Capa. ISBN 9788595028395. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595028395/>.

Acesso em: 12 set. 2025.

- CÔNSOLI, Matheus A.; D'ANDREA, Rafael. Trade marketing: estratégias de distribuição e execução de vendas. Rio de Janeiro: Atlas, 2011. E-book. p.Capa. ISBN 9788522474370. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522474370/>. Acesso em: 12 set. 2025.
- DORETO, Daniella T.; SCHEIFLER, Anderson B.; SALVADOR, Anarita S.; et al. Questão social, direitos humanos e diversidade. Porto Alegre: SAGAH, 2018. E-book. p.Capa. ISBN 9788595027619. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595027619/>. Acesso em: 12 set. 2025.
- MATTOS, Regiane Augusto de. História e cultura afro-brasileira. 2. ed. São Paulo: Editora Contexto, 2007. E-book. p.1. ISBN 9788572443715. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788572443715/>. Acesso em: 12 set. 2025.
- SILVA, Cidinha da. Vamos falar de relações raciais? São Paulo: Autêntica Editora, 2024. E-book. p.1. ISBN 9786559284283. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559284283/>. Acesso em: 12 set. 2025.

MÓDULO IV
Trade Marketing: Estruturas e JBP
OPTATIVA
Marketing: Construindo Marcas
Análise de Campo IV
Gestão de Equipes - Coaching IV
Check de Metas IV
Desafios Reais de Negócios IV
Prática Extensionista II

DISCIPLINA: Trade Marketing: estruturas e JBP

EMENTA: Apresenta estratégias avançadas de Trade Marketing, com foco na criação de parcerias colaborativas entre fabricantes e varejistas. Estruturas organizacionais e operacionais do Trade Marketing, incluindo a análise de cenários, segmentação de canais e desenvolvimento de Joint Business Plans (JBP). Técnicas para a gestão de categorias de produtos, execução de merchandising no ponto de venda (PDV), e planejamento estratégico de promoções e campanhas no varejo. Também inclui o planejamento de promoções e a atuação integrada em canais físicos, e-commerce e estratégias omnichannel.

Bibliografia básica

- CÔNSOLI, Matheus A.; D'ANDREA, Rafael. Trade marketing: estratégias de distribuição e execução de vendas. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2011. E-book. ISBN 9788522474370. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522474370/>. Acesso em: 12 set. 2025.
- ALVAREZ, Francisco Javier Sebastian M. Trade marketing : A conquista do consumidor no ponto-de-venda. São Paulo: SRV Editora LTDA, 2007. E-book. ISBN 9788502121386. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502121386/>. Acesso em: 12 set. 2025.
- MENDES, Rafael; BRITO. Seja visto e lembrado: o guia prático para viver mais e ficar na memória do seu cliente. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2024. E-book. ISBN 9788550821009. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788550821009/>. Acesso em: 12 set. 2025.

Bibliografia complementar

- ZAMBERLAN, Luciano. Gestão Estratégica do Ponto de Venda. Ijuí: Editora Unijuí, 2010. E-book. ISBN 9788541903066. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788541903066/>. Acesso em: 12 set. 2025.
- RIVA, João; OLIVEIRA, Fábio Eloi de; MANSANO, Kito; BONETTI, Luciano; SCHIASCHIO, Mônica; SANTO, Teka. Marketing Promocional. São Paulo:

- Cengage Learning Brasil, 2014. E-book. ISBN 9788522113149. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522113149/>. Acesso em: 12 set. 2025.
- HOYER, Wayne D.; MACINNIS, Deborah J. Comportamento do Consumidor - Tradução da 5ª edição norte-americana. São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2012. E-book. ISBN 9788522113170. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522113170/>. Acesso em: 12 set. 2025.
 - LADEIRA, Wagner; SANTINI, Fernando. Merchandising & Promoção de Vendas. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2018. E-book. ISBN 9788597016918. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597016918/>. Acesso em: 12 set. 2025.
 - D'ANDREA, Rafael; CÔNSOLI, Matheus A.; GUISSONI, Leandro A. Shopper marketing: a nova estratégia integrada de marketing para a conquista do cliente no ponto de venda. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2011. E-book. ISBN 9788522474363. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522474363/>. Acesso em: 12 set. 2025.

DISCIPLINA: Marketing Construindo marcas

EMENTA: Foca na criação, gestão e fortalecimento de marcas dentro do contexto mercadológico contemporâneo. Fundamentos teóricos e práticos essenciais para desenvolver uma marca forte e diferenciada. Identidade de marca, posicionamento estratégico, arquitetura de marca, gestão da marca através do ciclo de vida do produto e construção de valor de marca.

Bibliografia básica

- KOTLER, P. **Marketing para o século XXI**: como criar, conquistar e dominar mercado. Rio de Janeiro: Alta Books, 2021. 245 p. Disponível em:

[https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555202458/epubcfi/6/2\[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover\]!/4/2/2%4051:1](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555202458/epubcfi/6/2[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover]!/4/2/2%4051:1). Acesso em: 12 set. 2025.

- KUAZAQUI, E. (org.). **Gestão de marketing 4.0**: casos, modelos e ferramentas. São Paulo: Atlas, 2019. 171 p. Disponível em: [https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597022889/epubcfi/6/2\[%3Bvnd.vst.idref%3Dhtml0\]!/4/2/4%4052:2](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597022889/epubcfi/6/2[%3Bvnd.vst.idref%3Dhtml0]!/4/2/4%4052:2). Acesso em: 12 set. 2025.

- ROCHA, M. (org.). **Marketing estratégico**. São Paulo: Saraiva, 2015. 295 p. (Coleção Marketing em tempos modernos). Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/978-85-02-63878-5/pageid/0>. Acesso em: 12 set. 2025.

Bibliografia complementar

- FARIAS, C.; DUSCHITZ, C.; CARVALHO, G. M. de. **Marketing aplicado**. Porto Alegre: Bookman, 2015. 252 p. Série Tekne. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788582602782/pageid/0>. Acesso em: 12 set. 2025.

- KERIN, R. A. **Problemas de marketing estratégico**: comentários e casos selecionados. 11. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009. 496 p. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788577804122/pageid/0>. Acesso em: 12 set. 2025.

- MARQUES, Vasco. **Marketing Digital 360**. São Paulo: Grupo Almedina, 2018. E-book. ISBN 9789896946548. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9789896946548/>. Acesso em: 12 set. 2025.

- HONORATO, Gilson. **Conhecendo o marketing**. Barueri: Editora Manole, 2004. E-book. ISBN 9788520438756. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788520438756/>. Acesso em: 12 set. 2025.

- CASTRO, Alexandre Cesar Motta de. **Marketing Canvas**. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2018. E-book. p.1. ISBN 9786555205183. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555205183/> Acesso em: 12 set. 2025.

EMENTA: Consolidação das competências analíticas e estratégicas em análise de campo. Realização de diagnósticos completos e autônomos em pontos de venda, envolvendo técnicas avançadas de observação, análise de concorrência, diagnóstico de performance e proposição de planos de ação. A disciplina busca o desenvolvimento da maturidade analítica para subsidiar tomadas de decisão eficazes em ambientes de gestão comercial.

Bibliografia básica

- CONGER, Thiago. Vendas não ocorrem por acaso: o guia de vendas da equipe comercial. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2021. E-book. ISBN 9786555203264. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786555203264/>. Acesso em: 12 set. 2025.
- ALVAREZ, Francisco Javier Sebastian M.; CARVALHO, Marcos R. Gestão eficaz da equipe de vendas 2ED. São Paulo: SRV Editora LTDA, 2019. E-book. ISBN 9788571440616. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788571440616/>. Acesso em: 12 set. 2025.
- CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de Vendas - Uma Abordagem Introdutória. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2022. E-book. ISBN 9786559772841. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559772841/>. Acesso em: 12 set. 2025.

Bibliografia complementar

- FUTRELL, Charles M. Vendas: o guia completo. Porto Alegre: Grupo A, 2014. E-book. ISBN 9788580553475. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788580553475/>. Acesso em: 12 set. 2025.
- ZAMBERLAN, Luciano. Gestão Estratégica do Ponto de Venda. Ijuí: Editora Unijuí, 2010. E-book. ISBN 9788541903066. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788541903066/>. Acesso em: 12 set. 2025.
- CONGER, Thiago. Vendedor bonzinho não fica rico: os quatro princípios sobre como ganhar dinheiro com vendas. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2022. E-book.

ISBN 9788550816753. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788550816753/>. Acesso em: 12 set. 2025.

- D'ANDREA, Rafael; CÔNSOLI, Matheus A.; GUISSONI, Leandro A. Shopper marketing: a nova estratégia integrada de marketing para a conquista do cliente no ponto de venda. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2011. E-book. ISBN 9788522474363. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522474363/>.

Acesso em: 12 set. 2025.

- ALVAREZ, Francisco J. S M. Gestão estratégica de clientes - Key account management. São Paulo: SRV Editora LTDA, 2015. E-book. ISBN 9788502636316. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502636316/>.

Acesso em: 12 set. 2025.

DISCIPLINA: Gestão de equipes e coaching IV

EMENTA: Consolidação das competências de liderança por meio da atuação autônoma em equipes comerciais. Estudo avançado das práticas de coaching, gestão de desempenho e planejamento de ações estratégicas de desenvolvimento de equipes. Ênfase na liderança empática e assertiva, no uso contínuo do feedback e na condução de equipes para alta performance e resultados sustentáveis.

Bibliografia básica:

- CHIAVENATO, Idalberto. Coaching e Mentoring - Construção de Talentos. 4. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2021. E-book. p.Capa. ISBN 9786559770403. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559770403/>. Acesso em: 12 set. 2025.
- CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de Pessoas - O Novo Papel da Gestão do Talento Humano. 5. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2020. E-book. p.i. ISBN 9788597024074. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597024074/>. Acesso em: 12 set. 2025.

- DUTRA, Joel S.; DUTRA, Tatiana A.; DUTRA, Gabriela A. Gestão de Pessoas. Rio de Janeiro: Atlas, 2017. E-book. p.i. ISBN 9788597013320. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597013320/>. Acesso em: 12 set. 2025.

Bibliografia complementar

- ARELLANO, Eliete. Gestão de Pessoas. Rio de Janeiro: GEN Atlas, 2017. E-book. p.i. ISBN 9788595152458. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595152458/>. Acesso em: 12 set. 2025.
- CONNOR, Jerry; HIRANI, Karim. As Quatro Melhores Conversas de Coaching. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2021. E-book. p.19. ISBN 9788550817019. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788550817019/>. Acesso em: 12 set. 2025.
- BICHUETTI, Luana B.; BICHUETTI, José L. Gestão de pessoas não é com o RH. São Paulo: Saint Paul Editora, 2020. E-book. p.Capa. ISBN 9786586407105. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786586407105/>. Acesso em: 12 set. 2025.
- MADRUGA, Roberto. Employee Experience, Gestão de Pessoas e Cultura Organizacional. Rio de Janeiro: Atlas, 2021. E-book. p.Capa. ISBN 9786559770120. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559770120/>. Acesso em: 12 set. 2025.
- TAYLOR, Marie; CRABB, Steve. Coaching Empresarial & Mentoria. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2019. E-book. p.1. ISBN 9788550813066. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788550813066/>. Acesso em: 12 set. 2025.

EMENTA: Condução autônoma do ciclo completo de gestão de metas, incluindo definição, implementação, acompanhamento e avaliação de resultados. Ênfase na análise crítica de indicadores, gestão avançada de desempenho e feedback contínuo para equipes. Desenvolvimento de competências de liderança, tomada de decisão e gestão voltada à excelência em resultados.

Bibliografia básica

- ASSAF NETO, A.; LIMA, F. G. **Fundamentos de administração financeira**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2017. 382 p. Disponível em: [https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597010145/epubcfi/6/2\[%3Bvnd.vst.idref%3Dbody001\]!/4/2/2](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597010145/epubcfi/6/2[%3Bvnd.vst.idref%3Dbody001]!/4/2/2). Acesso em: 12 set. 2025.
- GARRISON, R. H.; NOREEN, E. W.; BREWER, P. C. **Contabilidade gerencial**. 14. ed. Porto Alegre: AMGH, 2013. 774 p. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788580551624/pageid/0>. Acesso em: 12 set. 2025.
- LACOMBE, F. J. M.; HEILBORN, G. L. J. **Administração: princípios e tendências**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2015. 560 p. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/978-85-02-63450-3/pageid/0>. Acesso em: 12 set. 2025.

Bibliografia complementar

- CHIAVENATO, I. **Administração: Teoria, Processo e Prática**. 6ª edição. São Paulo: Grupo GEN, 2022. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559773305/epubcfi/6/2%5B%3Bvnd.vst.idref%3Dcover%5D!/4/2/2%4076:87>. Acesso em: 12 set. 2025.
- SANTOS, Aline Alves dos; SILVA, Fabiane Padilha da; BARRETO, Jeanine dos S.; et al. **Gestão de custos**. Porto Alegre: SAGAH, 2018. E-book. p.Capa. ISBN 9788595026766. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595026766/>. Acesso em: 12 set. 2025.
- NAKAO, S. H.; MORAES, M. B. C.; GODOY, C. R. **Contabilidade Financeira – Interpretação e Aplicação**. São Paulo: Grupo GEN, 2021. E-book. ISBN

9788597027815. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597027815/epubcfi/6/2/%5B%3Bvnd.vst.idref%3Dcover%5D!/4/2/2%4051:2>. Acesso em: 12 set. 2025.

- CASAS, Alexandre Luzzi L. **Administração de vendas**, 8ª edição. Rio de Janeiro: Atlas, 2005. E-book. p.Capa. ISBN 9788522483129. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522483129/>. Acesso em: 12 set. 2025.
- VEIGA, W. E.; SANTOS, F. A. **Contabilidade de custos: gestão em serviços, comércio e indústria**. 1a ed. São Paulo: Atlas, 2016. 206 p. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597008357/epubcfi/6/2/%3Bvnd.vst.idref%3Dcover!/4/2/2%4052:1>. Acesso em: 12 set. 2025.

DISCIPLINA: Desafios Reais de Negócios IV

EMENTA: Condução de projetos finais para resolução de desafios organizacionais reais, com elaboração de soluções robustas, inovadoras e viáveis. Integração plena dos conhecimentos adquiridos ao longo do curso. Ênfase no domínio metodológico, na argumentação crítica e na aplicação prática das soluções propostas. A disciplina culmina em apresentação final que evidencia a maturidade acadêmica e profissional dos estudantes.

Bibliografia básica

- CAMARGO, M. R. **Gerenciamento de projetos: fundamentos e prática integrada**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier: 2018. 247 p. Disponível em: [https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595153332/epubcfi/6/2/%3Bvnd.vst.idref%3Dcover!/4/4/2\[cover01\]/2%4052:36](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595153332/epubcfi/6/2/%3Bvnd.vst.idref%3Dcover!/4/4/2[cover01]/2%4052:36). Acesso em: 12 set. 2025.
- KERZNER, H. **Gerenciamento de projetos: uma abordagem sistêmica para planejamento, programação e controle**. São Paulo: Blucher: 2015. 801 p. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788521208426/pageid/0>. Acesso em: 12 set. 2025.
- LARSON, E. W.; GRAY, C. F. **Gerenciamento de projetos: o processo gerencial**. 6. ed. Porto Alegre: AMGH, 2016. 592 p. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788580555677/pageid/0>. Acesso em: 12 set. 2025.

Bibliografia complementar

- AMARAL, D. P. *et al.* **Gerenciamento ágil de projetos**: aplicação em produtos inovadores. São Paulo: Saraiva, 2011. 226 p. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502122291/pageid/0>. Acesso em: 12 set. 2025.
- KERZNER, H.; SALADIS, F. P. **Gerenciamento de projetos orientado pelo valor**. Porto Alegre: Bookman, 2011. 291 p. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788577809219/pageid/0>. Acesso em: 12 set. 2025.
- RABEQUINI Jr., R.; CARVALHO, M. M. (org.). **Gerenciamento de projetos na prática**: casos brasileiros. 1a ed. São Paulo: Atlas, 2013. 212 p. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788521208426/pageid/0>. Acesso em: 12 set. 2025.
- TORRES, L. F. **Fundamentos do gerenciamento de projetos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014. 179 p. (Coleção Grandes especialistas brasileiros: gerenciamento de projetos). Disponível em:
[https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595155534/epubcfi/6/2\[%3Bvnd.idref%3Dcapa.xhtml\]/4/2/2%4052:1](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595155534/epubcfi/6/2[%3Bvnd.idref%3Dcapa.xhtml]/4/2/2%4052:1). Acesso em: 12 set. 2025.
- XAVIER, C. M. S. **Gerenciamento de projetos**: como definir e controlar escopo do projeto. 4. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2018. 268 p. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788553131204/pageid/0>. Acesso em: 12 set. 2025.

DISCIPLINA: Prática extensionista II

EMENTA: Propõe uma vivência prática baseada na Extensão Universitária, com foco no Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 8, em especial na promoção do crescimento econômico sustentável, inclusivo, emprego pleno e produtivo, e trabalho decente para todas. Aborda temas relacionados a: direitos humanos; cidadania; desigualdade social; educação das relações étnico-raciais e do ensino de história e cultura afro-brasileira, africana e indígena; promovendo uma formação crítica, inclusiva e comprometida com a justiça social.

Bibliografia básica:

- FRAGOSO, João. Sociedade Perfeita: as origens da desigualdade social no Brasil. São Paulo: Editora Contexto, 2024. E-book. p.1. ISBN 9786555414066. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555414066/>. Acesso em: 12 set. 2025.
- MONDAINI, Marco. Direitos Humanos. São Paulo: Edições 70, 2020. E-book. p.1. ISBN 9788562938368. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788562938368/>. Acesso em: 12 set. 2025.
- ZAMBERLAN, Luciano. Gestão Estratégica do Ponto de Venda. Ijuí: Editora Unijuí, 2010. E-book. p.1. ISBN 9788541903066. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788541903066/>. Acesso em: 12 set. 2025.

Bibliografia complementar

- BES, Pablo; OLIVA, Diego C.; BONETE, Wilian J.; et al. Sociedade, cultura e cidadania. Porto Alegre: SAGAH, 2020. E-book. p.Capa. ISBN 9788595028395. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595028395/>. Acesso em: 12 set. 2025.
- CÔNSOLI, Matheus A.; D'ANDREA, Rafael. Trade marketing: estratégias de distribuição e execução de vendas. Rio de Janeiro: Atlas, 2011. E-book. p.Capa. ISBN 9788522474370. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522474370/>. Acesso em: 12 set. 2025.
- DORETO, Daniella T.; SCHEIFLER, Anderson B.; SALVADOR, Anarita S.; et al. Questão social, direitos humanos e diversidade. Porto Alegre: SAGAH, 2018. E-book. p.Capa. ISBN 9788595027619. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595027619/>. Acesso em: 12 set. 2025.

- MATTOS, Regiane Augusto de. História e cultura afro-brasileira. 2. ed. São Paulo: Editora Contexto, 2007. E-book. p.1. ISBN 9788572443715. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788572443715/>. Acesso em: 12 set. 2025.
- SILVA, Cidinha da. Vamos falar de relações raciais? São Paulo: Autêntica Editora, 2024. E-book. p.1. ISBN 9786559284283. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559284283/>. Acesso em: 12 set. 2025.

DISCIPLINAS OPTATIVAS
LIBRAS
Introdução ao Merchandising
Trade Marketing Aplicado
Armazenagem
Gestão de Pessoas Aplicada
Distribuição
Gestão de Compras e Estratégias Comerciais

DISCIPLINA: LIBRAS

EMENTA: Apresenta aspectos básicos da Língua Brasileira de Sinais; história e identidade surda; aspectos linguísticos: fonologia, morfologia, sintaxe; processo de aquisição da LIBRAS; similaridades com a Língua Portuguesa.

Bibliografia básica

- DINIZ, Margareth. Inclusão de pessoas com deficiência e/ou necessidades específicas - Avanços e desafios. São Paulo: Autêntica Editora, 2012. E-book. p.Cover. ISBN 9788565381543. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788565381543/>. Acesso em: 18 set. 2025.
- MORAIS, Carlos E L.; PLINSKI, Rejane R K.; MARTINS, Gabriel P. T C.; et al. Libras. 2. ed. Porto Alegre: SAGAH, 2019. E-book. p.Capa. ISBN 9788595027305. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595027305/>.

Acesso em: 18 set. 2025.

- QUADROS, Ronice M.; CRUZ, Carina R. Língua de sinais: instrumentos de avaliação. Porto Alegre: ArtMed, 2009. E-book. p.1. ISBN 9788536325200.

Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788536325200/>.

Acesso em: 18 set. 2025.

Bibliografia complementar

- MITTLER, Peter. Educação Inclusiva. Porto Alegre: ArtMed, 2015. E-book. p.Cover. ISBN 9788536311883. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788536311883/>.

Acesso em: 18 set. 2025.

- FREITAS, Marcos Cezar de. Deficiências e diversidades: educação inclusiva e o chão da escola. São Paulo: Cortez Editora, 2022. E-book. p.16. ISBN 978655552461. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/978655552461/>.

Acesso em: 18 set. 2025.

- LOPES, Daiane D.; LEITE, Vania A M.; LOPES, Joseuda B C.; et al. Psicologia e a pessoa com deficiência. Porto Alegre: SAGAH. E-book. p.Capa. ISBN 9788595025325. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595025325/>.

Acesso em: 18 set. 2025.

- RIBAS, João. Preconceito contra as pessoas com deficiência: as relações que travamos com o mundo. v.4. (Coleção preconceitos). São Paulo: Cortez Editora, 2017. E-book. p.capa. ISBN 9788524925603. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788524925603/>.

Acesso em: 18 set. 2025.

- FILHO, Eduardo T. Os Direitos Civis da Pessoa com Deficiência. São Paulo: Almedina, 2021. E-book. p.Capa. ISBN 9786556272214. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786556272214/>.

Acesso em: 18 set. 2025.

DISCIPLINA: Introdução ao merchandising

EMENTA: Desenvolve habilidades para analisar a importância estratégica do ponto de venda e do autosserviço para o sucesso nas vendas. Conceitos fundamentais do merchandising, importância do ponto de venda como ambiente estratégico para a exposição eficaz dos produtos. Técnicas de organização e apresentação dos produtos que potencializam as vendas. Aplicação do merchandising estratégico, alinhado às práticas de gestão comercial.

Bibliografia básica:

- BETTGER, Frank. Do fracasso ao sucesso em vendas. Barueri: Manole, 2018. E-book. p.31. ISBN 9786555762952. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555762952/>. Acesso em: 19 set. 2025.
- LADEIRA, Wagner; SANTINI, Fernando. Merchandising & Promoção de Vendas. Rio de Janeiro: Atlas, 2018. E-book. p.I. ISBN 9788597016918. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597016918/>. Acesso em: 19 set. 2025.
- ZAMBERLAN, Luciano. Gestão Estratégica do Ponto de Venda. Ijuí: Editora Unijuí, 2010. E-book. p.1. ISBN 9788541903066. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788541903066/>. Acesso em: 19 set. 2025.

Bibliografia complementar

- AVANZI, Dante; GUISSONI, Leandro Angotti; RODRIGUES, Jonny Mateus; D'ANDREA, Rafael. Revista de Administração de Empresas. Ago. 2020, Volume 60 Nº 4 Páginas 262 – 272. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0034-759020200403>

- CONCKER, Thiago. Vendas não ocorrem por acaso: o guia de vendas da equipe comercial. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2021. E-book. p.47. ISBN 9786555203264. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555203264/>. Acesso em: 19 set. 2025.
- CÔNSOLI, Matheus A.; D'ANDREA, Rafael. Trade marketing: estratégias de distribuição e execução de vendas. Rio de Janeiro: Atlas, 2011. E-book. p.Capa. ISBN 9788522474370. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522474370/>. Acesso em: 19 set. 2025.
- FEIJÓ, Fabrício Rodrigues; BOTELHO, Delane. Efeito dos fatores de merchandising nas vendas do varejo. Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v. 52, n. 6, p. 5–17, dez. 2012. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0034-75902012000600005>
- FUTRELL, Charles M. Vendas: o guia completo. 12. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014. E-book. p.1. ISBN 9788580553475. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788580553475/>. Acesso em: 19 set. 2025

DISCIPLINA: Trade marketing aplicado

EMENTA: Apresenta os fundamentos e a aplicação prática das estratégias que conectam indústria, varejo e consumidor, com foco em aumentar a eficiência nas vendas e a visibilidade dos produtos no ponto de venda. Papel do trade marketing na cadeia de valor. Planejamento de ações promocionais e campanhas de incentivo voltadas para a força de vendas. Construção de parcerias estratégicas com o varejo.

Bibliografia básica

- ALVAREZ, Francisco Javier Sebastian M. Trade marketing: A conquista do consumidor no ponto-de-venda. Rio de Janeiro: Saraiva, 2007. E-book. p.A. ISBN 9788502121386. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502121386/>. Acesso em: 19 set. 2025.

- CON CER, Thiago. Vendas não ocorrem por acaso: o guia de vendas da equipe comercial. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2021. E-book. p.47. ISBN 9786555203264. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555203264/>. Acesso em: 19 set. 2025.
- CÔNSOLI, Matheus A.; D'ANDREA, Rafael. Trade marketing: estratégias de distribuição e execução de vendas. Rio de Janeiro: Atlas, 2011. E-book. p.Capa. ISBN 9788522474370. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522474370/>. Acesso em: 19 set. 2025.

Bibliografia complementar

- FARRIS, Paul W.; BENDLE, Neil T.; PFEIFER, Phillip E.; et al. Métricas de marketing. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2013. E-book. p.1. ISBN 9788540701410. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788540701410/>. Acesso em: 19 set. 2025.
- GIGLIO, Ernesto M. O Comportamento do Consumidor. 4. ed. Porto Alegre: +A Educação - Cengage Learning Brasil, 2012. E-book. p.Cover. ISBN 9788522113880. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522113880/>. Acesso em: 19 set. 2025.
- HAWKINS, Del. Comportamento do Consumidor. 13. ed. Rio de Janeiro: GEN Atlas, 2018. E-book. p.i. ISBN 9788595152373. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595152373/>. Acesso em: 19 set. 2025.
- SOUZA, Flaviane Rodrigues de. Et al. Proposta de implementação da gestão do trade marketing para melhorar a visibilidade de um supermercado, conquistar e fidelizar clientes: estudo de caso no Supermercado Super Fácil. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento. Ano. 06, Ed. 11, Vol. 14, pp. 64-83. Novembro de 2021. ISSN: 2448-0959, Link de acesso:
<https://www.nucleodoconhecimento.com.br/administracao/trade-marketing>

- VIRGILITO, Salvatore B. Pesquisa de marketing: uma abordagem quantitativa e qualitativa. 2. ed. Rio de Janeiro: Saraiva Uni, 2017. E-book. p.CAPA. ISBN 9788547220952. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788547220952/>.
Acesso em: 19 set. 2025.

DISCIPLINA: Armazenagem

EMENTA: Capacita para a análise de dados logísticos, tomada de decisões baseadas em indicadores de desempenho e aplicação de boas práticas de segurança. Fundamentos e práticas essenciais para o gerenciamento eficiente de estoques e espaços físicos dentro da cadeia de suprimentos. Papel estratégico da armazenagem na logística, otimização de processos, tipos de armazenagem, controle e gestão de inventário, tecnologias aplicadas à automação e rastreamento de produtos.

Bibliografia básica

- CHING, Hong Y. Gestão de estoques na cadeia de logística integrada: Supply chain , 4ª edição. Rio de Janeiro: Atlas, 2010. E-book. p.Capa. ISBN 9788522481293. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522481293/>.
Acesso em: 19 set. 2025.
- PAOLESCHI, Bruno. ALMOXARIFADO E GESTÃO DE ESTOQUES. 3. ed. Rio de Janeiro: Érica, 2019. E-book. p.CAPA. ISBN 9788536532400. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788536532400/>.
Acesso em: 19 set. 2025.
- PAOLESCHI, Bruno. Estoques e Armazenagem. Rio de Janeiro: Érica, 2014. E-book. p.1. ISBN 9788536513270. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788536513270/>.
Acesso em: 19 set. 2025.

Bibliografia complementar

- BOWERSOX, Donald J.; CLOSS, David J.; COOPER, M B.; et al. Gestão logística da cadeia de suprimentos. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2014. E-book. p.l. ISBN 9788580553185. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788580553185/>. Acesso em: 19 set. 2025.
- DIAS, Marco A. Introdução à Logística - Fundamentos, Práticas e Integração. Rio de Janeiro: Atlas, 2016. E-book. p.i. ISBN 9788597009927. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597009927/>. Acesso em: 19 set. 2025.
- GIACOMELLI, Giancarlo; PIRES, Marcelo R S. Logística e distribuição. Porto Alegre: SAGAH, 2016. E-book. p.Capa. ISBN 9788569726937. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788569726937/>. Acesso em: 19 set. 2025.
- NOGUEIRA, Amarildo de S. Logística Empresarial, 2ª edição. Rio de Janeiro: Atlas, 2018. E-book. p.i. ISBN 9788597015553. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597015553/>. Acesso em: 19 set. 2025.
- NOVAES, Antonio G. Logística e Gerenciamento da Cadeia de Distribuição - Estratégia, Avaliação e Operação. 5. ed. Rio de Janeiro: GEN Atlas, 2021. E-book. p.Capa. ISBN 9788595157217. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595157217/>. Acesso em: 19 set. 2025.

DISCIPLINA: Gestão de pessoas aplicada.

EMENTA: Capacita para analisar perfis comportamentais, comunicação interpessoal, tomada de decisão em gestão de pessoas e construção de ambientes organizacionais saudáveis e produtivos, alinhados aos objetivos estratégicos da empresa. Processos e práticas para administração estratégica do capital humano nas organizações. Recrutamento e seleção de talentos, condução de entrevistas, integração de novos colaboradores, estratégias de retenção e processos de desligamento.

Bibliografia básica

- BICHUETTI, Luana B.; BICHUETTI, José L. Gestão de pessoas não é com o RH. São Paulo: Saint Paul Editora, 2020. E-book. p.Capa. ISBN 9786586407105. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786586407105/>. Acesso em: 19 set. 2025.
- CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de Pessoas - O Novo Papel da Gestão do Talento Humano. 5. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2020. E-book. p.i. ISBN 9788597024074. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597024074/>. Acesso em: 19 set. 2025.
- FIDELIS, Gilson J. Gestão de Pessoas - Rotinas Trabalhistas e Dinâmicas do Departamento Pessoal. 6. ed. Rio de Janeiro: Érica, 2020. E-book. p.1. ISBN 9788536533513. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788536533513/>. Acesso em: 19 set. 2025.

Bibliografia complementar

- ARELLANO, Eliete. Gestão de Pessoas. Rio de Janeiro: GEN Atlas, 2017. E-book. p.i. ISBN 9788595152458. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595152458/>. Acesso em: 19 set. 2025.
- DUTRA, Joel S.; DUTRA, Tatiana A.; DUTRA, Gabriela A. Gestão de Pessoas. Rio de Janeiro: Atlas, 2017. E-book. p.i. ISBN 9788597013320. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597013320/>. Acesso em: 19 set. 2025.
- MADRUGA, Roberto. Employee Experience, Gestão de Pessoas e Cultura Organizacional. Rio de Janeiro: Atlas, 2021. E-book. p.Capa. ISBN 9786559770120. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559770120/>. Acesso em: 19 set. 2025.
- OLIVEIRA, Luana Y M.; OLIVEIRA, Pablo R B.; SAWITZKI, Roberta; et al. Gestão de pessoas. Porto Alegre: SAGAH, 2018. E-book. p.Capa. ISBN

9788595023901. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595023901/>.

Acesso em: 19 set. 2025.

- RIBEIRO, Antônio de L. Gestão de Pessoas - 3ª ed.. 3. ed. Rio de Janeiro: Saraiva Uni, 2018. E-book. p.Capa. ISBN 9788553131808. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788553131808/>. Acesso em: 19 set. 2025.

DISCIPLINA: Gestão de compras e estratégias comerciais

EMENTA: Capacita para analisar dados de consumo e vendas, gestão de estoques e apoio à construção de estratégias comerciais eficazes. Apresenta os fundamentos da área de compras no contexto empresarial, processos e estratégias que envolvem a aquisição de produtos e serviços. Gestão de compras, análise e previsão de demanda, definição e controle de mix de produtos, relacionamento com fornecedores e planejamento de ações comerciais.

Bibliografia básica

- JACOBS, F R.; CHASE, Richard B. Administração de Operações e da Cadeia de Suprimentos. 13. ed. Porto Alegre: AMGH, 2012. E-book. p.Capa. ISBN 9788580551341. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788580551341/>. Acesso em: 19 set. 2025.
- KAMINSKY, Philip; LEVI, Edith S.; LEVI, David S. Cadeia de Suprimentos Projeto e Gestão. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010. E-book. p.Capa. ISBN 9788577806638. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788577806638/>. Acesso em: 19 set. 2025.
- OLIVEIRA, Cristiane K.; LIMA, Aline P L. Gestão de vendas e negociação. Porto Alegre: SAGAH, 2019. E-book. p.Capa. ISBN 9788533500570. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788533500570/>. Acesso em: 19 set. 2025.

Bibliografia complementar

- BLOUNT, Jeb. Negócio Fechado: Táticas de negociação que levam ao sim e fecham negócio. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2021. E-book. p.1. ISBN 9788550817248. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788550817248/>.
Acesso em: 19 set. 2025.
- MARTINELLI, Dante P. Negociação Empresarial: Enfoque Sistêmico e Visão Estratégica. 2. ed. Barueri: Manole, 2015. E-book. p.A. ISBN 9788520448823. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788520448823/>.
Acesso em: 19 set. 2025.
- PAOLESCHI, Bruno. Cadeia de suprimentos. Rio de Janeiro: Érica, 2024. E-book. p.1. ISBN 9788536525594. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788536525594/>.
Acesso em: 19 set. 2025.
- PIRES, Sílvio R I. Gestão da Cadeia de Suprimentos - Conceitos, Estratégias, Práticas e Casos, 3ª edição. Rio de Janeiro: Atlas, 2016. E-book. p. ISBN 9788597008708. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597008708/>.
Acesso em: 19 set. 2025.
- SARFATI, Gilberto. Manual de negociação. Rio de Janeiro: Saraiva, 2010. E-book. p.213. ISBN 9788502119352. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502119352/>.
Acesso em: 19 set. 2025.

DISCIPLINA: Distribuição

EMENTA: Capacitar para analisar indicadores logísticos, elaborar políticas de devolução eficientes, gerenciar relacionamentos com clientes e fornecedores, e tomar de decisão com base em dados operacionais. Principais processos e estratégias relacionados à movimentação eficiente de produtos ao longo da cadeia de suprimentos, com ênfase na gestão de frete, logística de transporte, atendimento ao cliente (customer service), devoluções e logística reversa.

Bibliografia básica

- BOWERSOX, Donald J.; CLOSS, David J.; COOPER, M B.; et al. Gestão logística da cadeia de suprimentos. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2014. E-book. p.i. ISBN 9788580553185. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788580553185/>. Acesso em: 19 set. 2025.
- LEITE, Paulo R. Logística reversa. Rio de Janeiro: Saraiva Uni, 2017. E-book. p.31. ISBN 9788547215064. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788547215064/>. Acesso em: 19 set. 2025.
- NOGUEIRA, Amarildo de S. Logística Empresarial, 2ª edição. Rio de Janeiro: Atlas, 2018. E-book. p.i. ISBN 9788597015553. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597015553/>. Acesso em: 19 set. 2025.

Bibliografia complementar

- DIAS, Marco A. Introdução à Logística - Fundamentos, Práticas e Integração. Rio de Janeiro: Atlas, 2016. E-book. p.i. ISBN 9788597009927. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597009927/>. Acesso em: 19 set. 2025.
- GIACOMELLI, Giancarlo; PIRES, Marcelo R S. Logística e distribuição. Porto Alegre: SAGAH, 2016. E-book. p.Capa. ISBN 9788569726937. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788569726937/>. Acesso em: 19 set. 2025.
- LUZ, Charlene B S.; AGUIAR, Fernanda R.; SCHINOFF, Roberto A. Gestão de tecnologia e informação em logística. Porto Alegre: SAGAH, 2019. E-book. p.Capa. ISBN 9788595028487. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595028487/> Acesso em: 19 set. 2025.
- NOVAES, Antonio G. Logística e Gerenciamento da Cadeia de Distribuição - Estratégia, Avaliação e Operação. 5. ed. Rio de Janeiro: GEN Atlas, 2021. E-book. p.Capa. ISBN 9788595157217. Disponível

em:<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595157217/>.

Acesso em: 19 set. 2025.

- PEREIRA, André L.; BOECHAT, Cláudio B.; TADEU, Hugo Ferreira B.; SILVA, Jersone Tasso M. Logística Reversa e Sustentabilidade. Porto Alegre: +A Educação - Cengage Learning Brasil, 2012. E-book. p.Capa. ISBN 9788522113941. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522113941/>.

Acesso em: 19 set. 2025.

ANEXOS

ANEXO I

NÚCLEO DE ATENÇÃO AO ESTUDANTE – NAE

REGULAMENTO

I – DA NATUREZA

Art. 1 – O Núcleo de Atenção ao Estudante (NAE) da Faculdade J&F visa à formação integral do estudante, oferecendo apoio especializado às necessidades acadêmicas, psicopedagógicas e sociais do corpo discente, alinhado aos objetivos institucionais da Faculdade.

II – DOS OBJETIVOS

Art. 2 – O Núcleo de Atenção ao Estudante – NAE tem os seguintes objetivos:

- I. Garantir o acesso dos estudantes a informações acadêmicas relevantes;
- II. Facilitar o ingresso, permanência e sucesso do estudante na vida universitária;
- III. Apoiar a aprendizagem, zelando pelas condições de ensino e vivência institucional;
- IV. Monitorar resultados de avaliação acadêmica;
- V. Assegurar a acessibilidade e inclusão educacional de estudantes com necessidades especiais;
- VI. Oferecer acolhimento e encaminhamentos para necessidades educacionais especiais, incluindo orientação para diagnóstico clínico;
- VII. Prestar assistência psicopedagógica a estudantes e docentes;
- VIII. Fornecer suporte ao corpo docente para adaptações pedagógicas inclusivas;
- IX. Participar dos processos seletivos;

X. Orientar o desenvolvimento de carreira e inserção profissional;

XI. Divulgar oportunidades de bolsas e intercâmbios estudantis;

XII. Informar sobre oportunidades de trabalho no Grupo J&F.

III – DAS AÇÕES PERMANENTES

Art. 3 — O NAE desenvolve as seguintes ações permanentes, entre outras:

I. Acompanhamento do aproveitamento acadêmico, com entrevistas e relatórios;

II. Disponibilização de informações sobre avaliações, regime disciplinar, projetos pedagógicos, biblioteca, bolsas e resultados acadêmicos;

III. Parceria na organização de eventos culturais, minicursos, grupos de estudo e atividades complementares;

IV. Apoio à inserção e desenvolvimento profissional, com articulação junto ao mercado e parcerias;

V. Atendimento psicopedagógico, zelando pelo bem-estar e facilitando a comunicação entre estudantes e instituição;

VI. Gestão da ouvidoria, com abertura, encaminhamento e retorno às demandas.

IV – DA COORDENAÇÃO

Art. 4 – O NAE é um órgão de apoio coordenado por profissional designado pela Direção da Faculdade.

Art. 5 – O NAE conta com equipe multiprofissional especializada e com participação das coordenadorias de curso.

V – DA ORGANIZAÇÃO

Art. 6 – O NAE deve submeter à aprovação da Direção da Faculdade um planejamento anual de suas atividades, realizado em conjunto às coordenadorias dos cursos.

Art. 7 – Ao final de cada ano deve apresentar um relatório com as atividades desenvolvidas.

Art. 8 – O atendimento presencial será realizado preferencialmente no prazo máximo de 24 horas, mediante agendamento.

VI – DA INTERAÇÃO INSTITUCIONAL

Art. 9 - O NAE deve interagir com a Comissão Própria de Avaliação (CPA), coordenadorias e colegiados para subsidiar ações de melhoria institucional, atualização curricular e desenvolvimento do Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI).

VI – DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 10 - Este regulamento poderá ser complementado por normas específicas conforme necessidade.

Art. 11 - Este Regulamento entra em vigor na data de sua aprovação e publicação.

ANEXO II

ATIVIDADES DE NIVELAMENTO – EQUALIZAÇÃO DE

CONHECIMENTOS BÁSICOS

REGULAMENTO

Art. 1º – Este documento regulamenta as atividades voltadas ao nivelamento de conhecimentos básicos, previstas no Programa Integrado de Acompanhamento Acadêmico da Faculdade J&F.

Parágrafo único – O Programa Integrado de Acompanhamento Acadêmico é uma das políticas de atendimento ao corpo discente da Faculdade J&F, em consonância ao seu PDI e aos parâmetros de qualidade da educação superior recomendados e avaliados pelo MEC/INEP.

Art. 2º - É finalidade das atividades de nivelamento oferecer aos alunos oportunidades para revisão de conhecimentos básicos em língua portuguesa e raciocínio lógico matemático.

Art. 3º - As atividades de nivelamento devem ser obrigatoriamente oferecidas nos períodos letivos em que houver turmas ingressantes no 1º semestre dos cursos.

Art.4º - Os alunos ingressantes serão submetidos a uma avaliação diagnóstica no processo seletivo.

§ 1 – Alunos que cujas notas na avaliação diagnóstica forem maiores que 5,0 e menor que 7,0 serão orientados a realizarem as atividades de nivelamento.

§ 2 – Alunos com notas superiores a 7,0 ou de outros módulos/semestres poderão realizar as atividades de nivelamento se assim desejarem.

Art. 5º - As atividades de nivelamento serão organizadas em formato de minicursos, com carga horária e planos de ensino definidos.

Art. 6º - Os minicursos serão oferecidos na modalidade EaD, no ambiente virtual de aprendizagem da Faculdade J&F.

§1 – Serão emitidos certificados aos alunos que cumprirem a carga horária total prevista.

§2 – Os certificados poderão ser apresentados e convalidados como atividades complementares no currículo do curso.

Art. 7º - Caberá à Direção da Faculdade J&F aprovar a indicação do docente e/ou tutor responsável pelos minicursos.

Art. 8º - Os casos omissos deste regulamento, alterações, novas diretrizes e quaisquer outras inclusões, deverão acontecer por meio dos Colegiados de Curso para posterior aprovação pela Direção.

Art. 9º - Este Regulamento passa a vigorar a partir da data de sua publicação.

ANEXO III

NÚCLEO DE ATENÇÃO AO ESTUDANTE – NAE

PROGRAMA INTEGRADO DE ACOMPANHAMENTO ACADÊMICO

APRESENTAÇÃO.

O acompanhamento do estudante, desde seu ingresso até sua inserção profissional no mercado de trabalho, é uma das políticas centrais da Faculdade J&F, alinhada ao Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) e aos parâmetros de qualidade da educação superior estabelecidos pelo MEC/INEP.

Grande parte dos estudantes da Faculdade J&F são egressos da Escola Germinare, instituição de ensino que integra o mesmo grupo educacional, ou colaboradores das empresas do Grupo J&F. Nesse contexto, o programa busca qualificar, incentivar e acompanhar a trajetória acadêmica e profissional desses alunos, promovendo a integração entre a formação acadêmica e a vivência prática no ambiente corporativo.

Sabe-se que dentre as principais causas de reprovação e mesmo de evasão no nível superior estão as associadas às dificuldades de aprendizagem, de adaptação à rotina estudantil universitária e mesmo de identificação com o curso. Para combater esses indicadores, este Programa coordenado pelo Núcleo de Atenção ao Estudante (NAE) propõe-se a oferecer serviços de apoio pedagógico e psicopedagógico, suporte à inserção no mercado de trabalho e manter vínculos ativos com alunos e egressos, visando o desenvolvimento contínuo e o sucesso pessoal e profissional dos estudantes.

OBJETIVOS.

São objetivos do Programa:

- I. Apoiar a inserção e o desenvolvimento do aluno na vida acadêmica, incentivando sua corresponsabilidade e protagonismo no processo formativo;
- II. Desenvolver estratégias para acompanhamento sistemático do processo de aprendizagem;

- III. Preparar o estudante para sua inserção e evolução no mercado de trabalho;
- IV. Estimular a formação continuada por meio de cursos de aperfeiçoamento e pós-graduação.

DESENVOLVIMENTO.

O programa será implementado pela coordenação de operações acadêmicas e o NAE, em etapas alinhadas a públicos específicos.

ETAPAS.

1. Prospecção

Visa promover a interlocução da Faculdade J&F com a Escola Germinare e com as empresas do Grupo J&F, visando apresentar os cursos superiores aos gestores e prospectar estudantes alinhados ao perfil do egresso desejado pelos negócios do Grupo.

Esta primeira etapa pode incluir a oferta de cursos preparatórios para futuros alunos aqueles que necessitam antecipar conhecimentos primordiais ou buscar melhor desempenho nos cursos superiores a que irão se candidatar.

2. Acolhimento aos ingressantes.

Visa acolher e orientar o estudante durante seu primeiro semestre, auxiliando na adaptação à vida universitária e às rotinas acadêmicas, acompanhando-o na matrícula e nas atividades integrativas para facilitar sua adaptação.

- Aula inaugural: Recepção dos novos alunos no primeiro dia de aula, com reunião de estudantes de todos os cursos para receberem as boas-vindas dos professores, coordenadores e direção, que lhes apresentam os principais aspectos institucionais. É o momento em que também são apresentados casos inspiradores de alunos veteranos e egressos que alcançaram sucesso acadêmico ou profissional.
- Calourada: Promovida pelo Centro Acadêmico, inclui gincanas, programação esportiva, cultural e de entretenimento favorecendo a criação de vínculos socioafetivos com a Faculdade e a integração entre os colegas.

3. Integração.

Visa introduzir e adaptar o estudante às obrigações da vida universitária por meio de ações voltadas a:

- Conhecimento das especificidades do curso: Apresentação do projeto pedagógico, das atividades obrigatórias, dos projetos de extensão e iniciação científica. Destaca a importância da gestão do tempo para que o aluno consiga conciliar suas atividades pessoais, profissionais e acadêmicas.
- Equalização de conhecimentos básicos por cursos de nivelamento: Destinado especialmente a alunos com lacunas na formação básica ou os que retornam após muito tempo afastados da escolarização formal. Revisão intensiva nos conteúdos básicos de português, raciocínio lógico-matemático e informática, oferecidos online. São recomendados para alunos com dificuldades detectadas e contabilizados como atividades complementares, sem caráter obrigatório.

4. Acompanhamento.

É o monitoramento contínuo da performance do estudante nas aulas e avaliações visando ações para assegurar o melhor aproveitamento e das aulas e a aprendizagem.

- Monitoração das atividades no Moodle: Consumo de conteúdos, realização de atividades dissertativas e quizzes.
- Supervisão dos resultados das avaliações: Identificação e análise de avaliações com notas abaixo da média para intervenção precoce, prevenindo desmotivação e evasão.
- Atividades de recuperação: Revisão de conteúdos e estudos dirigidos para superar dificuldades identificadas.

5. Prevenção à evasão.

Foco no acompanhamento individual para resolução de problemas acadêmicos e pessoais que possam desencadear o desligamento do aluno no curso.

- Atendimento individualizado por profissionais do NAE: para orientação e intervenções específicas à resolução de problemas e superação de desafios,
- Reintegração: Contato ativo com estudantes que não efetivaram a rematrícula para identificar dificuldades e propor soluções que possibilitem a retomada dos estudos sem prejuízos.

6. Empregabilidade.

Como penúltima fase do programa, será disponibilizado aos estudantes, em especial aos que se encontram a partir da metade do curso, oportunidades de mentoria ministradas por professores que estão conectados aos negócios corporativas.

- RH parceiro: Um canal direto com os departamentos de Recursos Humanos das empresas do grupo J&F irá disponibilizar informações sobre vagas disponíveis, oportunidades de promoção e realocação profissional.
- Preparação para entrevistas e elaboração de currículos: serão oferecidas sob forma de workshops regulares ministrados pelo NAE.
- Estágios: A partir da metade do curso os alunos podem atuar em estágios, curriculares ou não, com o objetivo de desenvolver o perfil profissional do egresso previsto nos projetos pedagógicos.

7. Internacionalização

Objetiva promover a internacionalização da Faculdade J&F por meio do intercâmbio acadêmico, em cooperação com instituições educacionais estrangeiras e integração com empresas do grupo J&F sediadas em outros países, preparando os estudantes para atuarem em contextos globais e empresariais.

- Currículo internacional: voltado àqueles que desejam cursar disciplinas optativas em universidades estrangeiras.
- Intercâmbio profissional: para o conhecimento e a vivência do cotidiano profissional em empresas do Grupo J&F com sede de operações no exterior.

8. Acompanhamento de egressos.

Visa manter o vínculo com os ex-alunos, incentivando sua formação continuada, participação em eventos, encontros e outras atividades que reforçam a relação com a Faculdade e o mercado. É também uma forma de permanecer em contato para

que possam participar de pesquisas de avaliação da IES promovidas pela CPA voltadas à comunidade externa. Para isso serão planejadas ações como:

- Divulgação de cursos de pós-graduação: com condições especiais a ex-alunos por meio de parcerias com outras universidades.
- Comunidade de ex-alunos: promoção de atividades sociais para estimular a manutenção de laços afetivos e acompanhamento do que acontece na comunidade universitária.
- Convite para eventos: acadêmicos, técnicos e científicos para participarem dos eventos promovidos pelos cursos, como os congressos, jornadas, encontros de iniciação científica e mostras de culturais entre outros.
- Participação nas aulas inaugurais: é quando se fecha o ciclo do programa. Os egressos são convidados a retornar à instituição para acolher os novos alunos, participando desse importante evento de ingresso na vida universitária da Faculdade J&F.

O ciclo completo do programa detalhado em etapas é resumido no quadro a seguir:

Programa integrado de acompanhamento acadêmico

Etapas	Foco	Ação	Público-alvo
Prospecção	Divulgação dos cursos	– Interlocução com a Escola Germinare e as empresas do Grupo J&F. – Apresentação dos cursos da Faculdade. – Divulgação dos editais de vestibular.	Alunos do Ensino Médio da Escola Germinare e colaboradores do Grupo J&F
Recepção	Acolhimento ao aluno ingressante	– Matrícula. – Aula inaugural. – Calourada	Ingressantes no 1º período.
Integração	Equalização de conhecimentos.	– Apresentação do projeto pedagógico, normas e processos acadêmicos. – Cursos de nivelamento de português e matemática. –	Ingressantes no 1º período.
Supervisão	Acompanhamento da aprendizagem.	– Orientação para técnicas de estudo e organização do tempo.	1º e 2º períodos.

		– Monitoramento da aprendizagem pelas atividades no Moodle – Acompanhamento de notas – Atividades de recuperação	1º ao último período.
Permanência	Prevenção à evasão	– Atendimento individualizado pelo NAE – Apoio à resolução de problemas	1º ao último período.
Empregabilidade	Iniciação e desenvolvimento profissional	– Mentoria – Preparação para entrevistas – Estágios	A partir da metade do curso
Internacionalização	Intercambio acadêmico e profissional	– Disciplinas optativas em universidades estrangeiras – Vivência profissional em empresas do Grupo J&F no exterior.	A partir da metade do curso
Egressos	Acompanhamento de ex-alunos	– Incentivo à formação continuada em cursos de pós-graduação. – Comunidade de ex-alunos – Convite para eventos – Palestras a alunos da graduação.	Ex-alunos que se formaram na Faculdade

O Programa deverá ser aprimorado e adequado às novas demandas e necessidades decorrentes do desenvolvimento institucional previsto no PDI, das transformações socioculturais da comunidade acadêmica e da sociedade em que a Faculdade está inserida, assim como nas políticas públicas educacionais implementadas pelo Ministério da Educação.

ANEXO IV

PROGRAMA DE MONITORIA – “Aluno educador”

REGULAMENTO

I – DA INSTITUIÇÃO E FINALIDADES

Art. 1º - A Faculdade J&F admitirá, sem vínculo empregatício, estudantes dos cursos de graduação nas funções de Monitor.

Art. 2 - O Programa de Aluno Educador visa fortalecer o protagonismo estudantil, oferecendo ao monitor a oportunidade de desenvolver competências pedagógicas, científicas e sociais, ampliando sua formação acadêmica e cidadã.

Art. 3º - São objetivos da monitoria:

- I. Estimular o estudante com rendimento escolar satisfatório e interesse na função;
- II. Assegurar oportunidade de cooperação dos discentes com o corpo docente nas atividades de ensino, iniciação científica e extensão;
- III. Proporcionar desenvolvimento científico e acadêmico ao estudante em sua trajetória acadêmica.

II – DAS ATRIBUIÇÕES DOS MONITORES

Art. 4º - São atribuições dos Monitores:

- I. Colaborar com os professores em suas tarefas e atividades didáticas, extensionistas e científicas, compatíveis com sua área de conhecimento;
- II. Auxiliar alunos na compreensão do funcionamento acadêmico e administrativo da Faculdade J&F;
- III. Orientar sobre uso das plataformas educacionais e recursos tecnológicos institucionais.

III – DA DISTRIBUIÇÃO DAS VAGAS

Art. 5º - A distribuição das vagas será realizada pela Direção, da Faculdade J&F, mediante demanda encaminhada pelas Coordenadorias dos Cursos.

§ 1º - As Coordenadorias devem justificar suas reivindicações de alunos monitores.

§ 2º - Prioridade será dada a:

- i. Disciplinas com aulas práticas e experimentais;
- ii. Turmas com maior número de estudantes;
- iii. Disciplinas que realizam atividades de investigação científica.

IV – DA SELEÇÃO

Art. 6º - A seleção dos alunos será semestral, com inscrições divulgadas no portal da faculdade conforme calendário acadêmico, obedecendo requisitos mínimos de:

- I. Matrícula regular;
- II. Ausência de dependência em quaisquer disciplinas do curso;
- III. Não reprovação, em períodos anteriores, na disciplina pleiteada sendo aprovado com nota igual ou superior a 7,0;
- IV. Inexistência de sanção disciplinar.

Art. 7º - A seleção será feita por professor(es) da disciplina em questão e um professor indicado pelo Colegiado, mediante programas específicos que incluam:

- I. Entrevista;
- II. Análise do histórico escolar.

Parágrafo único - Em caso de empate, terá prioridade o estudante com:

- i. maior média na disciplina pleiteada;
- ii. maior média geral no curso.

V – DO EXERCÍCIO DA MONITORIA

Art. 8º - O exercício da monitoria terá duração de um semestre letivo, podendo ser renovado mediante nova seleção.

Art. 9º - A carga horária semanal será de duas (02) horas, sob supervisão do professor responsável pela disciplina.

Art. 10º - A monitoria confere horas complementares, com controle de frequência pela Coordenadoria do Curso.

VI – DO PLANO DE TRABALHO E AVALIAÇÃO

Art. 11º - As atividades obedecerão a plano de trabalho aprovado conjuntamente pelo professor e monitor, que não deve prejudicar as atividades regulares do estudante.

Art. 12º - Ao fim do semestre, o monitor apresentará relatório detalhado à Coordenadoria.

Parágrafo único - O professor deverá emitir parecer avaliando o desempenho do monitor.

Art. 13º - Anualmente será realizada avaliação do programa por coordenador e docentes envolvidos.

VII – DA CERTIFICAÇÃO

Art. 14º - Será expedida declaração de exercício de monitoria, assinada pela Coordenação e Diretoria da Faculdade.

Parágrafo único - Para receber a declaração, o monitor deve garantir frequência igual ou superior a 75%, ter entregado o relatório e ter sido avaliado satisfatoriamente pela Coordenadoria do curso.

VIII – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 15º - Casos omissos a este Regulamento serão resolvidos pela Direção Geral da Faculdade J&F.

Art. 16º - Este Regulamento passa a vigorar a partir da data de sua publicação.

ANEXO V

ATIVIDADES COMPLEMENTARES

REGULAMENTO

I – DA NATUREZA

Art. 1 – As Atividades Complementares são atividades diferenciadas que enriquecem e complementam a formação do estudante. Transcendem as disciplinas obrigatórias e optativas da matriz curricular e promovem a ampliação dos processos de ensino e de aprendizagem. Dentre os principais resultados da realização das atividades complementares podem ser citados o preparo em campo para uma futura especialização, a ampliação do conhecimento sobre a área de atuação profissional, o contato com diferentes realidades além da acadêmica, além da ampliação da rede de contatos sociais e profissionais.

Art. 2 – Quando estabelecidas nas Diretrizes Curriculares Nacionais dos cursos de graduação constituem-se como componente curricular obrigatório, fazendo parte do histórico acadêmico do aluno, sendo seu cumprimento obrigatório e requisito indispensável à colação de grau do aluno.

Art. 3 - A Resolução CES/CNE nº 2/2007 estabelece a carga horária máxima para as atividades complementares dos cursos de bacharelados, deixando às Diretrizes Curriculares Nacionais de cada curso a especificidade das horas a serem cumpridas.

§ 1º - Em relação aos Cursos Superiores de Tecnologia não há indicação de valores, ficando a cargo da Instituição estabelecer, nos projetos pedagógicos de cada curso, o montante mais adequado aos objetivos previstos a essa modalidade de atividades.

Art. 4 – O aluno deve cumprir as atividades complementares previstas no Projeto Pedagógico de Curso em que está matriculado, visando a diversificação de experiências, podendo desenvolvê-las em todos os períodos letivos, inclusive no período de férias.

§ 1º - Deve ser feito um planejamento para cumpri-las ao longo de todos os semestres para que o aluno não fique sobrecarregado ao final do curso, quando serão exigidos outros esforços para a conclusão.

II – DOS OBJETIVOS

Art. 5 - São objetivos das atividades complementares:

- I. Enriquecer, de forma transdisciplinar, a matriz curricular do curso;
- II. Complementar a formação do perfil profissional do aluno;
- III. Assegurar a flexibilidade e a qualidade da formação oferecida aos estudantes
- IV. Estimular práticas de estudo independente, visando uma progressiva autonomia profissional e intelectual do aluno;
- V. Possibilitar o reconhecimento de habilidades e competências do aluno, inclusive adquiridas fora do ambiente escolar;
- VI. Ampliar o currículo acadêmico por meio de experimentos e vivências, internos ou externos ao curso;
- VII. Incitar a busca por conhecimentos extracurriculares interdisciplinares, transversais e opcionais;
- VIII. Favorecer oportunidades de permanente e contextualizada atualização profissional específica, sobretudo nas relações com o mundo do trabalho;
- IX. Promover a integração da comunidade interna e externa, por meio de ações de extensão universitária.

III – DAS MODALIDADES

Art. 6 – As Atividades Complementares devem ser desenvolvidas no âmbito do ensino, extensão e pesquisa com carga horária proporcionalmente distribuída em pelo menos três de cada uma das seguintes modalidades:

- I. Ensino – atividades acadêmicas.
- II. Extensão – responsabilidade social e ambiental.
- III. Pesquisa - iniciação científica e soluções tecnológicas
- IV. Atividades profissionais no contexto do curso.

V. Atividades culturais e artísticas.

IV – DAS RESPONSABILIDADES DO ESTUDANTE

Art. 7 – São obrigações do estudante:

I. Informar-se sobre possibilidades de atividades oferecidas dentro e fora da Faculdade J&F.

II. Inscrever-se nos programas e atividades promovidos pela faculdade e participar efetivamente deles.

III. Providenciar documentação que comprove a realização das atividades.

IV. Registrar na plataforma todas as informações pertinentes às atividades complementares, tão logo sejam realizadas.

V. Guardar consigo a documentação comprobatória original de todas as atividades desenvolvidas para apresentá-las se necessário.

V – DAS RESPONSABILIDADES DA COORDENAÇÃO DE CURSO

Art. 8 – São responsabilidades da coordenação de curso:

I. Planejar, organizar e promover oportunidades de atividades complementares, nas diversas modalidades, ao longo do período letivo;

II. Validar ou adequar a atribuição da carga horária correspondente às atividades realizadas pelos alunos, de acordo com as comprovações apresentadas e a relevância das mesmas à formação complementar do estudante;

III. Engajar e estimular o corpo docente no planejamento e organização de atividades complementares, nas diversas modalidades, a serem oferecidas aos alunos.

VI – DAS RESPONSABILIDADES DO CORPO DOCENTE

Art. 9 - São responsabilidades do corpo docente:

- I. Identificar, planejar e organizar oportunidades de atividades de enriquecimento curricular junto à coordenação do curso;
- II. Orientar, sugerir e compartilhar informações sobre atividades extracurriculares aos estudantes;
- III. Engajar seus alunos em projetos de pesquisa e extensão, sob sua orientação.

VII – DA COMPOSIÇÃO E CARGA HORÁRIA

Art. 10 — A carga horária total das Atividades Complementares obrigatórias deverá obedecer ao previsto nos projetos pedagógicos dos cursos, considerando-se a proporção descrita no quadro a seguir:

Tipos de atividades	Percentual de horas a serem realizadas em função da carga horária total de atividades complementares do curso
1. Ensino – Atividades acadêmicas	Máximo 60%
1.1 – Cursos livres relacionados à área do curso.	
1.2 – Eventos diversos relacionados à área do curso (seminários, workshops, palestras, feiras etc.).	
1.3 – Visitas técnicas.	
1.4 – Disciplinas extracurriculares.	
1.5 – Cursos livres de idiomas.	
1.6 – Estágios extracurriculares.	
1.7 – Monitoria.	
1.8 – Representação estudantil.	
1.9 – Participação em centro acadêmico.	
2. Extensão – Responsabilidade social e ambiental	Máximo
2.1 – Participação em projetos de extensão extracurriculares.	50%

2.3 – Ações em projetos com a comunidade e práticas de voluntariado.	
2.4 – Ações sociais e de inclusão.	
2.5 – Ações de responsabilidade e preservação do meio ambiente	
3. Pesquisa – Iniciação científica e soluções tecnológicas	Máximo 50%
3.2 – Atividades de iniciação científica.	
3.1 – Participação em grupos de pesquisa.	
3.3 – Participação em eventos científicos (congresso, simpósios, seminários etc.).	
3.4 – Publicações em periódicos científicos.	
3.4 – Audiência a defesas de TCC, de mestrado e doutorado.	
3.5 – Participação na produção de produtos, processos ou soluções tecnológicas.	
4. Atividades profissionais no contexto do curso.	Máximo
4.1 – Convenções, treinamentos, viagens internacionais.	30%
5. Atividades culturais e artísticas.	Máximo 20%
5.1 – Participação em eventos ou atividades culturais e artísticas (espetáculos teatrais, shows etc.).	
5.2 – Visitas a museus, exposições, mostras etc.	
5.3 – Resenha crítica de livros, filmes ou produções audiovisuais	

VII – DA COMPROVAÇÃO PELO ESTUDANTE

Art. 11 – O estudante deverá registrar as atividades realizadas em formulário próprio no período previsto em calendário acadêmico.

§ 1º - As atividades realizadas deverão ser acompanhadas dos respectivos comprovantes.

§ 2º - Cabe à coordenação do curso convalidar as horas realizadas registrando-as no sistema de gestão acadêmica para que possam fazer parte do histórico escolar do aluno.

Art. 12 – As informações a serem registradas pelo estudante, para cada atividade realizada, devem contemplar:

- I. Nome do evento/projeto/atividade;
- II. Entidade promotora;
- III. Local de realização;
- IV. Data/período de realização;
- V. Professor responsável/orientador;
- VI. Carga horária realizada;
- VII. Comprovante de realização.

Art. 13 – Este Regulamento passa a ter validade a partir da data de sua publicação.

ANEXO VI

NÚCLEO DOCENTE ESTRUTURANTE – NDE

REGULAMENTO

I – DAS CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º - Este Regulamento disciplina as atribuições, composição e funcionamento do Núcleo Docente Estruturante (NDE) dos cursos de graduação da Faculdade J&F.

Art. 2º - O NDE é órgão consultivo e propositivo responsável pela concepção, implantação, consolidação e contínua atualização do Projeto Pedagógico do Curso (PPC).

II – DA COMPOSIÇÃO

Art. 3º - O NDE será composto por, no mínimo, cinco docentes, incluindo o Coordenador do Curso, considerando:

- I. Predomínio de docentes com titulação *stricto sensu* (mínimo 60%);
- II. Docentes contratados em regime de trabalho parcial ou integral;
- III. Professores efetivamente vinculados ao curso e envolvidos em suas atividades didático-pedagógicas.

Parágrafo único. É recomendável ao NDE promover a renovação periódica de seus membros, evitando estagnação e garantindo a atualização pedagógica, com substituição de até 20% dos integrantes a cada ato autorizativo.

Art. 4º - O Coordenador do Curso presidirá o NDE, podendo delegar suas funções quando necessário.

III – DAS ATRIBUIÇÕES

Art. - 5º Compete ao NDE:

- I. Elaborar, acompanhar e propor atualizações ao Projeto Pedagógico do Curso (PPC);
- II. Analisar e emitir pareceres sobre:
 - a. adequação bibliográfica em relação à matriz curricular do curso;
 - b. adequação do corpo docente aos componentes curriculares;
 - c. adequação do corpo docente e à infraestrutura em relação ao número de vagas do curso;
- III. Supervisionar avaliações internas e externas do curso, conforme definido pelo Colegiado;

IV. Zelar pela integração curricular, assim como pela flexibilidade, interdisciplinaridade e pela coerência curricular;

V. Indicar estratégias para incentivar linhas de pesquisa e extensão alinhadas ao curso e demandas do mercado;

VI. Promover reuniões periódicas com pauta definida e registro em ata das deliberações;

VII. Atualizar-se sobre a legislação pertinente ao curso e ao ensino superior.

IV – DA PRESIDÊNCIA

Art. 6º - São atribuições do Presidente do NDE:

I. Convocar e presidir reuniões, exercendo voto, inclusive de qualidade;

II. Representar o NDE junto aos órgãos institucionais;

III. Designar relatores ou comissões para estudo das matérias tratadas;

IV. Coordenar os trabalhos garantindo o cumprimento das normas e objetivos do NDE.

V – DAS REUNIÕES

Art. 7º - O NDE reunir-se-á, ordinariamente, ao menos duas vezes por semestre, e extraordinariamente sempre que convocado pelo Presidente ou pela maioria absoluta dos membros.

Art. 8º - As decisões serão tomadas por maioria simples de votos dos presentes.

VI – DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 9º - Os casos omissos serão resolvidos pelo Diretor da Faculdade ou instância competente.

Art. 10º - Este Regimento entra em vigor a partir da data de sua publicação.

ANEXO VII

NEaD – EQUIPE MULTIDISCIPLINAR

REGULAMENTO

I – DA NATUREZA

Art. 1º – Este Regulamento disciplina a organização, funcionamento e atribuições da Equipe Multidisciplinar do Núcleo de Educação a Distância da Faculdade J&F (NEaD), e em conformidade com o Decreto nº 12.456, de 19 de maio de 2025, que institui o Marco Regulatório da Educação a Distância no Brasil.

Art. 2º – Educação a Distância (EaD) é modalidade educacional na qual a mediação didático-pedagógica ocorre mediante tecnologias de informação e comunicação, com a participação integrada de estudantes, tutores e professores, desenvolvendo atividades educacionais em diferentes tempos e espaços, assegurando acessibilidade, inclusão e qualidade.

II – DA FINALIDADE E OBJETIVOS

Art. 3º – A Equipe Multidisciplinar do NEAD é responsável pela concepção, produção, avaliação, validação e disseminação de metodologias, tecnologias e recursos educacionais digitais e didáticos para a modalidade EaD implementada na Faculdade J&F, em atenção às normas vigentes do MEC e à legislação aplicável, incluindo a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

Art. 4º – São objetivos da Equipe Multidisciplinar

- i. Garantir a qualidade pedagógica e tecnológica dos processos de ensino-aprendizagem em EaD;
- ii. Validar recursos educacionais que promovam acessibilidade e experiências de aprendizagem inclusivas;
- iii. Promover atualização contínua e capacitação docente em novas tecnologias e metodologias educacionais;
- iv. Estimular inovação digital, uso de inteligência artificial e ambientes imersivos;

- v. Prover suporte técnico e pedagógico a docentes, tutores, estudantes e gestores;
- vi. Contribuir para o desenvolvimento, monitoramento e atualização do Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) e dos Projetos Pedagógicos de Curso (PPC).
- vii. Estimular cooperação e parcerias nacionais e internacionais para inovação educacional.

III – DA CONSTITUIÇÃO E FUNCIONAMENTO

Art. 5º – A Equipe Multidisciplinar é designada pela Direção Geral da Faculdade, sendo a ela subordinada.

Art. 6º - Deve ser constituída por profissionais de diferentes áreas, conforme a necessidade e perfil das atividades a serem desenvolvidas.

§ 1º - A composição deve contemplar especialistas em pedagogia, tecnologia da informação, comunicação, design instrucional, língua portuguesa, acessibilidade digital e profissionais das áreas específicas dos cursos oferecidos.

§ 2º - A equipe deve incluir um coordenador, responsável pela supervisão da produção de conteúdos e recursos digitais.

Art. 7º – A atuação da Equipe seguirá plano de ação formal, documentado e revisado periodicamente, com definição de atividades, prazos, processos e responsáveis.

Art. 8º – A equipe realizará reuniões regulares conforme calendário acadêmico, podendo convocar reuniões extraordinárias por demanda da Direção. Todas as reuniões serão formalmente registradas em atas.

Art. 9º – Anualmente, será elaborado relatório consolidado das atividades da equipe, que será encaminhado à Comissão Própria de Avaliação (CPA) para compor o Relatório Institucional exigido pelo INEP/MEC.

IV – DAS ATRIBUIÇÕES

Art. 10º – Compete à Equipe Multidisciplinar:

- i. Coordenar, acompanhar, avaliar e validar a elaboração e aplicação dos materiais e recursos didáticos produzidos internamente;
- ii. Avaliar e validar materiais e recursos produzidos por terceiros, assegurando alinhamento pedagógico, técnico e de acessibilidade;
- iii. Promover capacitação e suporte técnico-pedagógico a professores, tutores, estudantes e gestores para o uso eficiente das tecnologias e dos recursos digitais;
- iv. Monitorar a qualidade, funcionalidade, segurança e privacidade dos ambientes virtuais de aprendizagem (AVA), garantindo conformidade com o Marco Regulatório e a LGPD;
- v. Acompanhar a implementação da proposta pedagógica do EaD, promovendo ajustes em conformidade com avaliações institucionais e normativas vigentes;
- vi. Estimular a inovação educacional por meio da incorporação de tecnologias emergentes, como inteligência artificial, realidade aumentada e ambientes imersivos;
- vii. Promover e participar de eventos acadêmicos e científicos sobre EaD e educação digital;
- viii. Manter articulação com outras instituições, nacionais e internacionais, para troca de experiências e cooperação;
- ix. Contribuir para a execução, monitoramento e atualização do PDI, integrando gestão pedagógica, acadêmica e tecnológica;
- x. Garantir a acessibilidade plena dos recursos educacionais para estudantes com necessidades especiais.

V – DAS DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

Art. 11º – Este Regulamento poderá ser complementado por normativas internas específicas do NEaD conforme necessidade operacional e atualização normativa.

Art. 12º – Dúvidas, omissões ou controvérsias sobre este Regulamento serão resolvidas pela Direção Geral.

Art. 13º - Este Regulamento entra em vigor na data de sua publicação.

ANEXO VIII

INFRAESTRUTURA

Tipo de instalação	DETALHES DE INSTALAÇÃO EM 2025				
	Identificação	Quantidade	Capacidade total (alunos, professores e usuários)	Área total (m ²)	Descrição dos principais aspectos
Biblioteca	Biblioteca J&F	1		180	Espaço de apoio ao aluno para uso da biblioteca virtual "Minha Biblioteca"; consulta informatizada ao acervo; 10 mesas para estudo individual, 7 mesas para estudo em grupo; 12 armários individuais para guarda de objetos; 1 impressora HP Laser Jet, 1 bancada help-desk com adaptação para duas PCD; 16 estantes para livros extracurriculares com 3780 títulos e 11400 exemplares.
Auditório	Auditório	2	150	228	Consoles de áudio; Hubs de vídeo (Smart Vídeo Hub 12x12); Câmeras PTZ NEO ID 20X; Sistemas de som da marca Bose, incluindo subwoofers e torres; TVs LG de 32" e uma TV interativa LG de 55"; Conversores Blackmagic para SDI/HDMI e HDMI/SDI; Notebooks Dell e HP; Switcher Blackmagic ATEM Mini; Tablets Samsung; Interfaces de áudio Behringer UMC22; Microfones Shure, incluindo modelos Bodypack e Bastão; Web Presenter Blackmagic e webcam Logitech c920HD; Passador de slides Logitech; Sound Bar JBL SB190; Hub USB Bright com 4 portas 2.0.
Área de convivência	Áreas de convivência	2	500	1600	Áreas externas: cobertas e ao livre (com bancos, mesas e cadeiras) e campo para futebol society; Rooftop: áreas coberta e ao livre para eventos sociais institucionais.
Área esportiva	Arena	1	700	1100	Espaço multiuso para atividades esportivas (12 quadras para tênis de mesa; piscina aquecida), eventos institucionais e acadêmicos (congressos, feiras, mostras, etc.); cabine técnica de operações audiovisuais; vestiários; banheiros; almoxarifados.
Área de alimentação	Refeitório	1	320 lugares	413	Além da área do refeitório, há uma cozinha industrial (190 m ²) e uma lanchonete (50 m ²)
Laboratório	Laboratório de Marcas	3	25	62	Mobiliários, equipamentos e materiais para análises de performance de produtos alimentícios, de higiene e beleza.

Estúdios	Estúdios	11	40	162	5 estúdios e 6 switches, equipamentos para produção e edição de materiais didáticos audiovisuais.
Sala	Salas de aula	34	1100	1700	Cada uma das salas equipada com: 1 projetor Panasonic, 1 projetor Epson Ultracurto, computador DvPro, lousa digital, microcâmera, câmera NeolD, interface de caixa de som, 1 microfone, interface de microfone, 1 tela para projeção, mesas redondas com régua de energia, cadeiras giratórias, rack de equipamentos, mesa professor, monitor, mouse, teclado e ar-condicionado Hitachi.
Sala	Sala de CPA	1	8 pessoas	15	1 mesa com régua de energia, 8 cadeiras, armário, aparelho televisão 75", equipamento para videoconferências Cisco Spark Room kit, impressora em rede.
Sala	Salas de coordenação	3	15	24	Cada sala equipada com: mesa com régua de eletricidade, cadeiras, televisão 55", impressora em rede.
Sala	Sala coletiva de professores	1	8	16	1 mesa com régua de energia, 8 cadeiras, armário, aparelho televisão 75", impressora em rede.
Sala	Salas de reunião	6	33	57	Cada sala equipada com: mesa com régua de eletricidade, cadeiras, televisão 55", impressora em rede.
Sala	Coworking	1	43	60	38 cadeiras, 2 bancadas de 16m ² cada uma, 2 mesas retangulares, 1 mesa redonda, televisão 75"
Sala	NAE	1	5	11	Mesa com régua de eletricidade, 5 cadeiras, 1 televisão 55", impressora em rede
Sala	Ouvidoria	1	5	8	Mesa com régua de eletricidade, 5 cadeiras, 1 televisão 55", impressora em rede
Sala	Coordenação acadêmica	1	5	12	Cada sala equipada com mesa com régua de eletricidade, 5 cadeiras, 1 televisão 55", impressora em rede.
Sala	Suporte técnico TI	1	5	21	Bancada de help desk, 4 cadeiras, 3 estantes, 1 Impressora HP, 3 Notebooks T.I., Notebooks backups, 1 Ar-condicionado, equipamentos de manutenção.
Sala	Laboratório de informática	1	30	11	50 notebooks, com Windows 10 dos quais são: DELL LATITUDE E5420: 4GB memória RAM, Processador i5 de 2ª geração, conectividade de até 50mbps no wifi e 100 na rede cabeada; DELL LATITUDE E5430: 4GB memória RAM, Processador i5 de 2ª geração, conectividade de até 50mbps no wifi e 100 na rede cabeada; DELL LATITUDE E5450: 8GB memória RAM, Processador i5 de 6ª geração, conectividade de até 100mbps no wifi e 1000 na rede cabeada. Bancadas e cadeiras para 30 alunos simultaneamente. DELL LATITUDE E5470: 8GB memória RAM, Processador i5 de 6ª geração, conectividade de até 100mbps no wifi e 1000 na rede cabeada, Rodando Windows 10 HP PRO BOOK 640: 8GB memória RAM, Processador i5 de 6ª geração, conectividade de até 100mbps no wifi e 1000 na rede cabeada, Rodando Windows 10