



Unidade do Ensino Superior
de Graduação

Projeto Pedagógico do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Comércio Eletrônico

Referência:
Experimental

Eixo Tecnológico:
Gestão e Negócios

Unidade:
Fatec Itaquaquecetuba - R-04

2024 / 1º Semestre





2022

Versão do Template 4.0.1 - Lançado em 29/09/2022

Recomendamos que este material seja utilizado em seu formato digital, sem a necessidade de impressão.

QUADRO DE ATUALIZAÇÕES

Data de implantação: 2024 / 1º Sem.

Data	Tipo	Documento de validação Instrução, memorando etc.	Detalhamento
Ano / Sem.	-		
Ano / Sem.	-		
Ano / Sem.	-		
Ano / Sem.	-		
Ano / Sem.	-		

Expediente CPS

Diretora-Superintendente

Laura Laganá

Vice-Diretora-Superintendente

Emilena Lorenzon Bianco

Chefe de Gabinete

Armando Natal Maurício

Expediente Cesu

Coordenador Técnico

Rafael Ferreira Alves

Diretor Acadêmico-Pedagógico

André Luiz Braun Galvão

Departamento Administrativo

Sílvia Pereira Abranches

EDI – Equipe de Desenvolvimento Instrucional

Thaís Lari Braga Cilli

Fábio Gomes da Silva

Mauro Yuji Ohara

Responsáveis pelo documento

Profa. Ms. Fernanda Thomaz Maza





Sumário

1. Contextualização.....	7
1.1 Instituição de Ensino.....	7
1.2 Atos legais referentes ao curso.....	7
2. Organização da educação	8
2.1 Currículo escolar em Educação Profissional e Tecnológica organizado por competências.....	8
2.2 Autonomia universitária	10
2.3 Estrutura Organizacional.....	10
2.4 Metodologia de Ensino-Aprendizagem	10
2.5 Avaliação da aprendizagem - Critérios e Procedimentos.....	11
3. Dados do Curso em Gestão de Comércio Eletrônico	14
3.1 Identificação	14
3.2 Dados Gerais	14
3.3 Justificativa.....	15
3.4 Objetivo do Curso	16
3.5 Requisitos e Formas de Acesso.....	17
3.6 Prazos mínimo e máximo para integralização.....	17
3.7 Aproveitamento de Estudos, de Conhecimentos e de Experiências Anteriores.....	17
3.8 Exames de proficiência	17
3.9 Certificados e diplomas a serem emitidos.....	18
4. Perfil Profissional do Egresso	19
4.1 Competências profissionais.....	19
4.2 Competências socioemocionais.....	20
4.3 Mapeamento de Competências por Componente	20
4.4 Temáticas Transversais.....	22
4.5 Língua Brasileira de Sinais - Libras.....	23
5. Organização Curricular	24
5.1 Pressupostos da organização curricular.....	24
5.2 Matriz curricular do CST em Gestão de Comércio Eletrônico – Fatec Itaquaquecetuba - R-04	25
5.3 Tabela de componentes e distribuição da carga horária	26
5.4 Distribuição da carga horária dos componentes complementares.....	28





6. Ementário	29
6.1 Primeiro Semestre	29
6.1.1 – PCE-002 – Projeto Integrador para o comércio eletrônico – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	29
6.1.2 – MAT-032 – Matemática para negócios digitais – Oferta Presencial – Total de 80 aulas	30
6.1.3 – JLG-035 – Logística urbana – Oferta Presencial – Total de 80 aulas.....	31
6.1.4 – ADM-045 – Modelos organizacionais para negócios digitais – Oferta Presencial – Total de 80 aulas	32
6.1.5 – MPC-023 – Métodos para produção do conhecimento – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	33
6.1.6 – INF-057 – Ferramentas eletrônicas de gestão – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	34
6.1.7 – COM-063 – Comunicação e Expressão – Oferta Presencial – Total de 80 aulas.....	35
6.1.8 – ING-241 – Inglês I – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	36
6.2 Segundo Semestre	38
6.2.1 – PUM-001 – Projeto Integrador para última milha – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	38
6.2.2 – JLG-036 – Modos de transporte do comércio eletrônico – Oferta Presencial – Total de 80 aulas.....	39
6.2.3 – BBE-011 – Meio ambiente, social e governança – Oferta Presencial – Total de 80 aulas	40
6.2.4 – CON-021 – Fundamentos de contabilidade – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	41
6.2.5 – EST-058 – Estatística aplicada a negócios digitais – Oferta Presencial – Total de 80 aulas	42
6.2.6 – DND-006 – Direito para negócios digitais – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	43
6.2.7 – MAT-033 – Fundamentos de cálculo aplicado a negócios digitais – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	44
6.2.8 – ADM-046 – Comportamento do consumidor na era digital – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	45
6.2.9 – ING-242 – Inglês II – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	46
6.3 Terceiro Semestre	48
6.3.1 – PDE-001 – Projeto Integrador de demanda e estoques – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	48
6.3.2 – MPO-009 – Pesquisa operacional para negócios digitais – Oferta Presencial – Total de 80 aulas	49
6.3.3 – ECN-022 – Economia e finanças para negócios digitais – Oferta Presencial – Total de 80 aulas.....	50
6.3.4 – ECN-023 – Previsão de demanda e gestão de estoques do comércio eletrônico – Oferta Presencial – Total de 80 aulas.....	51
6.3.5 – AGQ-037 – Fundamentos de gestão da qualidade – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	52
6.3.6 – AGF-047 – Fundamentos de gestão financeira para negócios digitais – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	53
6.3.7 – ESP-077 – Espanhol I – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	54
6.3.8 – ING-243 – Inglês III – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	55





6.3.9 – INF-058 – Sistemas de gerenciamento eletrônico – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	56
6.4 Quarto Semestre.....	57
6.4.1 – PND-001 – Projeto integrador de serviços para negócios digitais – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	57
6.4.2 – ADM-047 – Modelagem de processos quantitativos em negócios digitais – Oferta Presencial – Total de 80 aulas.....	58
6.4.3 – AGS-029 – Gestão de serviços para negócios digitais – Oferta Presencial – Total de 80 aulas.....	59
6.4.4 – ADM-048 – Sistemas e estruturas de operações do comércio eletrônico – Oferta Presencial – Total de 80 aulas	60
6.4.5 – AGF-048 – Gestão fiscal para negócios digitais – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	61
6.4.6 – JLG-037 – Sistemas de embalagens para o comércio eletrônico – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	62
6.4.7 – ESP-078 – Espanhol II – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	63
6.4.8 – ING-244 – Inglês IV – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	64
6.4.9 – PMA-022 – Princípios de marketing digital – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	65
6.5 Quinto Semestre.....	66
6.5.1 – PMP-004 – Projeto Integrador de marketplace – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	66
6.5.2 – CON-022 – Contabilidade e custos – Oferta Presencial – Total de 80 aulas.....	67
6.5.3 – JLG-038 – Estratégias de fornecimento e distribuição do comércio eletrônico – Oferta Presencial – Total de 80 aulas.....	68
6.5.4 – JLG-039 – Intralogística do comércio eletrônico – Oferta Presencial – Total de 80 aulas	69
6.5.5 – JLG-042 – Tecnologia de veículos do comércio eletrônico – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	70
6.5.6 – RHL-008 – Liderança e gestão de pessoas – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	71
6.5.7 – INF-059 – Fundamentos de gestão de mídias digitais – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	72
6.5.8 – ING-245 – Inglês V – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	73
6.5.9 – ACE-024 – Metodologias ágeis para tomada de decisão – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	74
6.6 Sexto Semestre.....	76
6.6.1 – PDC-001 – Projeto Integrador de desempenho do comércio eletrônico – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	76
6.6.2 – AGC-003 – Comércio eletrônico no comércio exterior – Oferta Presencial – Total de 80 aulas.....	77
6.6.3 – JLG-043 – Roteirização e programação do transporte do comércio eletrônico – Oferta Presencial – Total de 80 aulas.....	78
6.6.4 – ACE-025 – Simulação de processos do comércio eletrônico – Oferta Presencial – Total de 80 aulas	79
6.6.5 – JLG-047 – Transporte de cargas especiais – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	80





6.6.6 – INF-060 – Análise de dados aplicada ao comércio eletrônico – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	81
6.6.7 – ADM-049 – Otimização de mecanismos de busca – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	82
6.6.8 – ING-246 – Inglês VI – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	83
6.6.9 – CEE-056 – Inovação e empreendedorismo – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	84

7. Outros Componentes Curriculares 86

7.1 Trabalho de Graduação.....	86
7.2 Estágio Curricular Supervisionado.....	87
7.3 AACC - Atividades Acadêmico-Científico-Culturais	88

8. Quadro de Equivalências (em caso de reestruturação)..... 89

9. Perfis de Qualificação..... 91

9.1 Corpo Docente	91
9.2 Auxiliar Docente e Técnicos-Administrativos	91
9.2.1 Relação dos componentes com respectivas áreas	91

10. Infraestrutura Pedagógica 94

10.1 Resumo da infraestrutura disponível	94
10.2 Laboratórios ou ambientes de aprendizagem associados ao desenvolvimento dos componentes curriculares.....	94
10.3 Apoio ao Discente	95

11. Referências..... 96

12. Referências das especificidades locais 97





1. Contextualização

1.1 Instituição de Ensino

Fatec: Fatec Itaquaquecetuba - R-04

Razão social: FACULDADE DE TECNOLOGIA DE ITAQUAQUECETUBA

Endereço: AV. ITAQUAQUECETUBA, 711 - VILA MONTE BELO

Decreto de criação: Decreto nº 51.330

1.2 Atos legais referentes ao curso

Autorização: nº do Parecer CD / ano

Data	Tipo	Portaria CEE/GP Parecer CD (somente reestruturação)
Ano / Sem.	Escolher um item.	Número / 2022
Ano / Sem.	Escolher um item.	Número / 2022

|





2. Organização da educação

A Lei de Diretrizes e Bases da Educação - LDB, de nº 9394/96, organiza a educação no Brasil em sistemas de ensino, com regime de colaboração entre si, determinando sua abrangência, áreas de atuação e responsabilidades. Estão definidos como sistemas de ensino o da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios. As instituições de educação superior, mantidas pelo poder público estadual e municipal, estão vinculadas por delegação da União aos Conselhos Estaduais de Educação (BRASIL, 1996). O Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – Ceeteps, por ser uma instituição mantida pelo poder público – Governo do Estado de São Paulo, tem os cursos das Fatecs avaliados pelo Conselho Estadual de Educação de São Paulo – CEE-SP.

2.1 Currículo escolar em Educação Profissional e Tecnológica organizado por competências

A Educação Profissional e Tecnológica (EPT) é um tipo de educação que integra a educação nacional e que, particularmente, visa ao preparo para o trabalho em cargos, funções em empresas ou de modo autônomo, contribuindo para a inserção do cidadão no mundo laboral, uma importante esfera da sociedade.

O currículo em EPT constitui-se no esquema teórico-metodológico, organizado pela categoria “competências”, que orienta e instrumentaliza o planejamento, a sistematização e o desenvolvimento de perfis profissionais, de acordo com as funções do mundo do trabalho, relacionadas a processos produtivos e gerenciais, bem como a demandas sociopolíticas e culturais. É, etimologicamente e metaforicamente, o “caminho”, ou seja, a trajetória percorrida por educandos e educadores, em um ambiente diverso, multicultural, o qual interfere, determina e é determinado pelas práticas educativas.

No currículo escolar, tem-se a sistematização dos conteúdos educativos planejados para um curso ou componente, que visa à orientação das práticas pedagógicas, de acordo com as filosofias subjacentes a determinadas concepções de ensino, de educação, de história e de cultura, sob a tensão das leis e diretrizes oficiais, com suas rupturas e reconfigurações. No currículo escolar em EPT há o planejamento, a sistematização e o desenvolvimento de perfis profissionais, atribuições, atividades, competências, valores e conhecimentos, organizados em componentes curriculares e por eixo tecnológico ou área de conhecimento. É organizado de forma a atender aos objetivos da EPT, de acordo com as funções gerenciais, às demandas sociopolíticas e culturais e às relações de atores sociais da escola.

Em síntese, os conteúdos curriculares são planejados de modo contextualizado a objetivos educacionais específicos e não apenas como uma apresentação à cultura geral acumulada nas histórias das sociedades. Esse é um importante aspecto epistemológico que direciona as frentes de trabalho e os procedimentos metodológicos de elaboração curricular no Ceeteps.

Para além de uma preocupação documental e legal, a pesquisa curricular deve pautar-se, também, em um trabalho de campo, com a formação de parcerias com o setor produtivo para a elaboração de currículos. Portanto, a Unidade Escolar não pode distanciar-se do entorno, tanto o mais próximo geograficamente como um entorno lato, da própria sociedade que acolherá o educando e o egresso dos sistemas educacionais em seu trabalho e em sua vida. No caso da EPT, o contato íntimo e constante com o mundo extraescolar é condição essencial para o sucesso do ensino e para a consecução de uma aprendizagem ativa e direcionada.

O currículo da EPT, como percurso ou “caminho” para o desenvolvimento de competências e conhecimentos que formam o perfil profissional do tecnólogo, segue fontes diversificadas para sua formulação, tendo como instrumento descritivo e normalizador o Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia - CNCST (BRASIL, 2016). Outras fontes complementares são utilizadas como pesquisas junto ao setor produtivo, para levantamento das necessidades do mundo do trabalho, além das descrições da Classificação Brasileira de Ocupações – CBO (BRASIL, 2017), sistemas de colocação e de recolocação profissionais.

Considerando-se a Resolução CNE/ CP de nº 1 (BRASIL, 2021), que trata das disposições das Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a Educação Profissional e Tecnológica, em seu art. 28, destacam-se os preceitos legais para a organização ou proposição do perfil e das competências do nível superior tecnológico,





a exemplo da “produção e a inovação científica e tecnológica, e suas respectivas aplicações no mundo do trabalho.” (BRASIL, 2021).

A natureza e o diferencial do perfil e das competências do profissional graduado em tecnologia são, também, pautados na Deliberação de nº 70 (CEETEPS, 2021), que “estabelece as diretrizes para os cursos de graduação das Fatecs do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – Ceeteps”:

- I. A organização curricular dos Cursos Superiores de Tecnologia deverá contemplar o desenvolvimento de competências profissionais e será formulada em consonância com o perfil profissional de conclusão do curso, o qual define a identidade do mesmo e caracteriza o compromisso ético da instituição com os seus alunos e a sociedade.
- II. A organização curricular compreenderá as competências profissionais tecnológicas e socioemocionais, incluindo os fundamentos científicos e humanísticos necessários ao desempenho profissional do graduado em tecnologia.
- III. Quando o perfil profissional de conclusão e a organização curricular incluírem competências profissionais de distintas áreas, o curso deverá ser classificado na área profissional predominante. (CEETEPS, 2021).

A interação entre a EPT e o setor produtivo, bem como a “centralidade do trabalho assumido como princípio educativo”, destacam-se como princípios norteadores da construção dos itinerários formativos, conforme as referidas Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a Educação Profissional e Tecnológica (BRASIL, 2021), o que é de suma importância para o planejamento curricular e sua estruturação em Projetos Pedagógicos de Curso (PPCs):

Art. 3º São princípios da Educação Profissional e Tecnológica:

- I - Articulação com o setor produtivo para a construção coerente de itinerários formativos, com vista ao preparo para o exercício das profissões operacionais, técnicas e tecnológicas, na perspectiva da inserção laboral dos estudantes;
- II - Respeito ao princípio constitucional do pluralismo de ideias e de concepções pedagógicas;
- III - Respeito aos valores estéticos, políticos e éticos da educação nacional, na perspectiva do pleno desenvolvimento da pessoa, seu preparo para o exercício da cidadania e sua qualificação para o trabalho;
- IV - Centralidade do trabalho assumido como princípio educativo e base para a organização curricular, visando à construção de competências profissionais, em seus objetivos, conteúdos e estratégias de ensino e aprendizagem, na perspectiva de sua integração com a ciência, a cultura e a tecnologia. (BRASIL, 2021).

Com as modificações sócio-históricas-culturais no território em contextos nacional e internacional, as atividades de ensino devem responder – e corresponder – às inovações, que incluem digitalização dos processos, atividades de pesquisa e aquisição de conhecimentos culturais. Deve incluir também culturas internacionais, de movimentos identitários e de vanguarda, para o desenvolvimento individual e de coletividades em uma sociedade diversa, que se quer cidadã, responsável para com o futuro e com as atuais e vindouras gerações.

O currículo da EPT, assim articulado com o setor produtivo e com outras instâncias da sociedade, adotando o trabalho como princípio norteador e planejado pela categoria “competências”, apresenta maior potencialidade para atualização contínua, configurando-se em instrumento dinâmico e moderno que acompanha, necessariamente, as configurações e reconfigurações científicas, tecnológicas, históricas e culturais.

A EPT, dessa forma, assume o compromisso de atender ao seu público-alvo de maneira mais efetiva e que otimize a inserção ou a requalificação de trabalhadores em um contexto de mudanças, de mobilização de conhecimentos e áreas de diversas origens, fontes e objetivos. Ações que convergem para os princípios do pluralismo e da integração na laborabilidade, em uma sociedade marcada por traços cada vez mais fortes de hibridismo, de interdisciplinaridade e de multiculturalidade.

Ressalta-se a necessidade da extensão dos conhecimentos apreendidos para além do universo acadêmico, ou seja, a transposição desse conjunto de valores, competências e habilidades para contextos reais de trabalho, que demandam a apropriação e a articulação dos saberes, das técnicas e das tecnologias para a solução de problemas e proposição de novas questões. A formação para a melhoria de produtos, processos e serviços integra o perfil do graduado em tecnologia.

Nesse cenário, a EPT, acompanhando tendências educacionais e do setor produtivo, sofreu uma profunda mudança de paradigma, de um ensino primordialmente organizado por conteúdos para um ensino voltado ao desenvolvimento de competências, ou seja, que visa mobilizar os conhecimentos e as habilidades práticas para a solução de problemas sociais e profissionais, indo ao encontro das perspectivas de mobilidade social e laboral, que são previstos e favorecidos por uma sociedade mais digitalizada e que trabalha em rede, de modo colaborativo, intercultural e internacionalizado.

Com o ensino por competências, o foco deve estar no alcance de objetivos educacionais bem definidos nos planos curriculares, aliando-se os interesses dos alunos, aos conhecimentos (temas relativos à vida contemporânea e, também, ao cânone cultural de cada sociedade), às habilidades e aos interesses individuais, incluindo as inclinações técnicas, tecnológicas e científicas. Com um currículo organizado para o desenvolvimento





de competências, é possível desenvolver e avaliar conhecimentos, habilidades e experiências intra e extraescolares, bem como manter a dinamicidade e a atualidade das propostas pedagógicas.

No âmbito institucional do Centro Paula Souza, há o claro direcionamento para a elaboração, o desenvolvimento e a gestão curricular por competências, habilidades e aptidões, incluindo o desenvolvimento de práticas na realidade do setor produtivo (empresas e instituições), preferencialmente de modo colaborativo e contínuo.

2.2 Autonomia universitária

A LDB de nº 9394 (BRASIL, 1996) determina, no § 2º do art. 54, que “atribuições de autonomia universitária poderão ser estendidas a instituições que comprovem alta qualificação para o ensino ou para a pesquisa, com base em avaliação realizada pelo poder público”. Autonomia é sinônimo de maturidade acadêmica e de competência. Por ter alcançado essas premissas, a partir de março de 2011, pela Deliberação CEE de nº 106 (SÃO PAULO, 2011), o CEE-SP delegou as seguintes prerrogativas de autonomia universitária ao Ceeteps:

- ▶ Criar, modificar e extinguir, no âmbito do estado de São Paulo, faculdades e cursos de tecnologia, de especialização e de extensão na sua área de atuação, assim como de outros programas de interesse do governo do estado;
- ▶ Aumentar ou diminuir o número de vagas de seus cursos, assim como transferi-las de um período para outro;
- ▶ Elaborar os programas dos cursos;
- ▶ Dar início ao funcionamento dos cursos;
- ▶ Expedir e registrar seus próprios diplomas.

2.3 Estrutura Organizacional

A estrutura organizacional da Fatec segundo o Regimento das Faculdades de Tecnologia, aprovado na Deliberação de nº 31 (CEETEPS, 2016), é apresentada em resumo conforme abaixo:

- I - Congregação;
- II - Câmara de Ensino, Pesquisa e Extensão - CEPE (facultativo);
- III - Diretoria;
- IV - Departamentos ou Coordenadorias de Cursos;
- V - Núcleos Docentes Estruturantes - NDEs;
- VI - Comissão Própria de Avaliação - CPA;
- VII - Auxiliares Docentes;
- VIII - Corpo Administrativo.

2.4 Metodologia de Ensino-Aprendizagem

As metodologias de ensino e avaliação discente adotadas nos Cursos Superiores de Tecnologia do Centro Paula Souza foram concebidas para proporcionar formação coerente com o perfil do egresso postulado no Projeto Pedagógico do Curso. O ensino é pautado pela articulação entre teoria e prática dos componentes curriculares, com a aplicação de suas tecnologias na formação profissional e na formação complementar, na qual a execução de procedimentos discutidos nas aulas consolida o aprendizado e confere ao discente a destreza prática requerida ao exercício da profissão.

Assim, o ensino é pensado e executado de modo a contextualizar o aprendizado, formando um egresso com postura crítica nas questões locais, nacionais e mundiais, com capacidade de inferir no desenvolvimento





tecnológico da profissão, em constante mudança. O constructo da formação do discente está fundamentado na tríade ensino, pesquisa e extensão. As atividades de pesquisa são estimuladas durante o processo de ensino, despertando nos discentes o interesse em participar de ações de iniciação científica, o que permite uma maior reflexão e associação de suas investigações com os conteúdos curriculares trabalhados em aula.

Em resumo, o curso estimula a formação e a construção do espírito científico, são utilizadas metodologias e estratégias de ensino como a abordagem por problema e por projetos, e outras que o docente julgue estar condizente com o PPC, tais como:

- ▶ Metodologias ativas, como sala de aula invertida, estudo de caso, rotação por estações, desafios, entre outras;
- ▶ Aulas expositivas e dialogadas, contemplando ou não atividades;
- ▶ Aulas práticas em laboratórios para sedimentação da teoria;
- ▶ Pesquisas científicas desenvolvidas com possível apresentação em evento científico;
- ▶ Integração entre componentes.

Como suporte ao seu aprendizado, o discente conta ainda com outro recurso, as monitorias, período destinado a estudo livre, que corroboram para implementação das diferentes metodologias adotadas no curso.

2.5 Avaliação da aprendizagem - Critérios e Procedimentos

A avaliação da aprendizagem, no contexto da EPT, é direcionada para a avaliação de competências profissionais. Dessa maneira, a avaliação pode ser entendida como o processo que aprecia e mensura o aprendizado e a capacidade de agir de modo eficaz em contextos profissionais ou em simulações, com a atribuição de conceito (menção, nota numérica), que represente, a partir da aplicação de critérios e de uma escala avaliativa predefinida, o grau de satisfação e insatisfação, destaque ou excelência do desenvolvimento de competências.

Já a avaliação de competências, é efetuada por meio de **procedimentos de avaliação**, conjunto de ações de planejamento e desenvolvimento de avaliação formativa e respectivos instrumentos e ferramentas, projetados pelo(a) professor(a). Dentre muitas possibilidades, destaca-se, como procedimento de avaliação cabível no contexto da EPT: o planejamento, a formatação e a proposição, em equipes, de projeto formativo aos alunos, que vise desenvolver protótipo de produto e respectiva apresentação, de forma interdisciplinar, preferencialmente.

Vale lembrar que toda avaliação requer critérios, que, por um consenso de teorias e práticas educacionais, são concebidos como “**critérios de desempenho**” no ensino por competências, ou seja: “juízos de valor”; condições e níveis de aceitabilidade/não aceitabilidade, adequação, satisfação ou excelência; julgamento de eficiência e eficácia, norma ou padrão de avaliação utilizados pelo(a) professor(a) ou por outros avaliadores.

A avaliação escrita, demonstração prática ou projeto e a respectiva documentação atendem, de forma satisfatória/com excelência, aos objetivos da avaliação formativa em termos de:

- ▶ Coerência/coesão;
- ▶ Relacionamento de ideias;
- ▶ Relacionamento de conceitos;
- ▶ Pertinência das informações;
- ▶ Argumentação consistente;
- ▶ Interlocução – ouvir e ser ouvido;
- ▶ Interatividade, cooperação e colaboração;
- ▶ Objetividade;
- ▶ Organização;
- ▶ Atendimento às normas;





- ▶ Cumprimento das tarefas Individuais;
- ▶ Pontualidade e cumprimento de prazos;
- ▶ Postura adequada, ética e cidadã;
- ▶ Criatividade na resolução de problemas;
- ▶ Execução do produto;
- ▶ Clareza na expressão oral e escrita;
- ▶ Adequação ao público-alvo;
- ▶ Comunicabilidade;
- ▶ Capacidade de compreensão.

A avaliação de competências é pautada, intrinsecamente, nas **evidências de desempenho**, que consiste na demonstração de ações executadas pelos alunos e na avaliação de qualidade e adequação dessas ações em relação às propostas avaliativas. As competências, como capacidades a serem demonstradas e mensuradas, podem ser avaliadas a partir de uma extensa gama de evidências de desempenho. Apresentam-se algumas possibilidades:

- ▶ Realização de pesquisa de mercado contextualizada à proposta avaliativa;
- ▶ Troca de informações e colaboração com membros da equipe, superiores e possíveis clientes;
- ▶ Pesquisa atualizada e relevante sobre bibliografias, experiências próprias e de outros, conceitos, técnicas, tecnologias e ferramentas;
- ▶ Execução de ensaios e testes apropriados e contextualizados;
- ▶ Contato documentado com parceiros, interessados e apoiadores em potencial;
- ▶ Apresentação clara de lista de objetivos, justificativa e resultados;
- ▶ Apresentação de sínteses, análises e avaliações claras e pertinentes ao planejamento e à execução do projeto.

Como prova ou produto entregável, avaliável e dimensionável do desenvolvimento de competências, são necessárias as evidências de produto, ou seja, o conjunto de entregas avaliáveis: resultados das atividades práticas ou teórico-conceituais dos alunos. São possibilidades de evidência de produtos:

- ▶ Avaliação escrita sobre conceitos, práticas e pesquisas abordados;
- ▶ Plano de ações;
- ▶ Monografia;
- ▶ Protótipo com manual técnico;
- ▶ Maquete com memorial descritivo;
- ▶ Artigo científico;
- ▶ Projeto de pesquisa/produto;
- ▶ Relatório técnico – podendo ser composto, complementarmente, por novas técnicas e procedimentos; preparações de pratos e alimentos; modelos de cardápios – ficha técnica de alimentos e bebidas; softwares e aplicativos de registros/licenças;
- ▶ Áreas de cultivo vegetal e produção animal e plano de agronegócio;
- ▶ Áudios, vídeos e multimídia;
- ▶ Sínteses e resenhas de textos;
- ▶ Sínteses e resenhas de conteúdos de mídias diversas;
- ▶ Apresentações musicais, de dança e teatrais;
- ▶ Exposições fotográficas;
- ▶ Memorial fotográfico;





- ▶ Desfiles ou exposições de roupas, calçados e acessórios;
- ▶ Modelo de manuais;
- ▶ Parecer técnico;
- ▶ Esquemas e diagramas;
- ▶ Diagramação gráfica;
- ▶ Projeto técnico com memorial descritivo;
- ▶ Portfólio;
- ▶ Modelagem de negócios;
- ▶ Plano de negócios.

Para o ensino e avaliação de competências em EPT de nível superior, os preceitos de interdisciplinaridade têm muito a contribuir, considerando-se as prerrogativas de um ensino-aprendizagem voltado à solução de problemas, de modo coletivo, colaborativo e comunicativo, com aproveitamento de conhecimentos, métodos e técnicas de vários componentes curriculares e respectivos campos científicos e tecnológicos.

Sob essa perspectiva, a interdisciplinaridade pode ser considerada uma concepção e metodologia de cognição, ensino e aprendizagem, que prevê a interação colaborativa de dois ou mais componentes para a solução e proposição de questões e projetos relacionados a um tema, objetivo ou problema. Desse modo, a valorização e a aplicação contextualizada dos diversos saberes e métodos disciplinares, sem a anulação do repertório histórico produzido e amparado pela tradição, contribuem para a prospecção de novas abordagens e, com elas, um projeto *lato sensu* de pesquisa contínua de produção e propagação de conhecimentos.





3. Dados do Curso em Gestão de Comércio Eletrônico

3.1 Identificação

O CST em Gestão de Comércio Eletrônico é um Experimental, no Eixo Tecnológico em Gestão e Negócios.

3.2 Dados Gerais

Modalidade	Presencial	
Referência	Experimental	
Eixo tecnológico	Gestão e Negócios	
Carga horária total	Matriz Curricular (MC): ▶ 2.400 horas correspondendo a uma carga de 2.880 aulas de 50 minutos cada Componentes Complementares: ☒ ▶ Trabalho de Graduação (160 horas) [Obrigatório a partir do 5º Semestre] ☒ ▶ Estágio Curricular Supervisionado (240 horas) [Obrigatório a partir do 1º Semestre] ☐ ▶ Atividades Acadêmico-Científico-Culturais [Escolher um item.]	
Duração da hora/aula	50 minutos	
Período letivo	Semestral, mínimo de 100 dias letivos	
Vagas e turnos	40 vagas totais semestrais	☐ Matutino: 00 vagas ☒ Vespertino: 40 vagas ☐ Noturno: 00 vagas ☐ Ingresso Matutino A partir do [Escolher um item.] Noturno: 00 vagas ☐ Ingresso Vespertino A partir do [Escolher um item.] Noturno: 00 vagas
Prazo de integralização	Mínimo de 03 anos (06 semestres) Máximo de 05 anos (10 semestres)	
Formas de acesso (de acordo com o Regulamento de Graduação)	I - Processo seletivo vestibular: preenchimento de vagas do primeiro semestre do curso. II - Vagas remanescentes: edital para seleção ao longo do curso.	





3.3 Justificativa

O CST em Gestão de Comércio Eletrônico tem relevância para o atual contexto mercadológico, pois é inequívoco o impacto que as novas tecnologias digitais vêm causando nos diversos setores da sociedade, refletindo-se em uma nova Sociedade do Conhecimento, com efeitos expressivos em diversas áreas de negócios e nos mercados locais, regionais, nacionais e internacionais; quanto aos consumidores, estes compram tanto em lojas físicas quanto no e-commerce. Cabe às instituições de ensino acompanhar esta tendência, com vistas a preparar futuros cidadãos e profissionais para o ambiente que, há muito já ultrapassou a revolução industrial, evoluindo para as novas abordagens da indústria e comércio 4.0, caracterizados pela automação. Países desenvolvidos já adotam estes novos conceitos com contornos realistas e que, presentemente, influenciam os modelos de processos empresariais em nosso país.

Com a consolidação da tecnologia mobile (smartphones, tablets, dentre outros), que permite ao usuário acessar um site de compras, para adquirir o seu produto preferido, a qualquer momento e em qualquer lugar, acentuou-se ainda mais a necessidade de processos eficientes no plano físico que, suportados pelo plano digital, buscam responder com eficácia aos anseios do “e-consumidor”. Hoje, o cliente deseja ter a alternativa de comprar pelos diversos canais disponíveis, como lojas físicas (canal off-line) e lojas virtuais (canal on-line). A integração entre estes canais é conhecida como omnicanal. Assim, está cada vez mais comum, o consumidor fazer a compra combinando estes dois canais. O importante é que a experiência de compra seja sempre a mesma e eficiente.

O comércio eletrônico apresentou crescimento considerável nos últimos anos, sendo necessário entender que existem diversos e complexos processos envolvendo processamentos de pedidos. Em outras palavras, há operação e estrutura necessárias suportando o atendimento de cada pedido gerado em uma compra pela internet. Através dos Relatórios Webshoppers, elaborados pela EBIT/Nielsen, consultoria especializada em pesquisa sobre comércio eletrônico, verifica-se que do primeiro semestre de 2010 ao primeiro semestre de 2021, o faturamento do comércio eletrônico passou de R\$ 6,7 bilhões para R\$53,4 bilhões, representando um salto de 31% (Ebit/Nielsen - Relatório Webshoppers, 44 edição, 2021).

Além disso, a região Sudeste do país, onde se encontra a Fatec Itaquaquecetuba, continua sendo a de maior contribuição para o resultado do comércio eletrônico do país, concentrando 61% do consumo nacional.

O município de Itaquaquecetuba, pertence à Região Metropolitana de São Paulo, está localizada a 45 quilômetros da capital e faz limite com os municípios de Mogi das Cruzes, Poá e Ferraz de Vasconcelos. Sua população está estimada em 383.972 habitantes distribuídos em 4648,0 habitantes/km², segundo o Sistema Estadual de Análise de Dados (SEADE, 2023).

Grandes marcas do varejo, todas elas com unidades em Itaquaquecetuba (Besni, DiGaspi, Havan, Kalunga, Lojas União, Marabraz, Preçolandia, Renner, Supermercado Nagumo dentre outras) já operam com a estratégia omnicanal, utilizando modelos de gestão baseados em pessoas, processos e tecnologia, nesta ordem. Gestores das grandes marcas, ao buscarem promover mudanças expressivas e consistentes, entendem que o sucesso da transformação é diretamente dependente desta tríade. A cidade de Itaquaquecetuba se caracteriza, também, por quantidade significativa de microempreendedores formais e uma grande quantidade de informais que realizam negócios por redes sociais, que se tornaram potentes canais de relacionamento e vendas e precisam fazer parte da estratégia de negócios. Convém mencionar que os microempresários precisam atuar no ambiente digital para ganhar visibilidade e ter mais resultados e, via de regra, o WhatsApp representa a principal ferramenta de venda digitais, seguida por outros redes sociais e por site próprio. Para tanto, o conhecimento sistemático de um curso superior se faz necessário para o desenvolvimento de negócios.

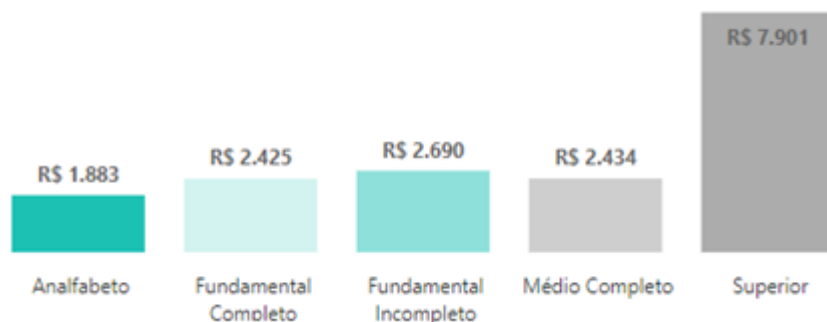
A necessidade de formação de profissionais para a área de negócios do comércio eletrônico torna-se relevante, fortalecendo a Faculdade, assim como aos anseios do arranjo produtivo local, em ter profissionais melhor preparados para novos modelos de negócios. Em especial, o município de Itaquaquecetuba é caracterizado pela atividade de comércio e serviços. Segundo o SEADE, baseado em dados coletados entre os anos de 2020 e 2022, evidenciou-se que o maior percentual de empregos formais está setor de comércio varejista, mais de 19%.

O salário médio do município é de R\$2.768 contra R\$3.943 no nível estadual. Com uma população de 383.972 habitantes (Censo de 2022), área de 82 km², possui um PIB anual de R\$ 1.2 bilhão, e uma renda per capita de R\$ 37.073, segundo SEADE (2020), onde destaca-se o setor de comércio e serviços, facilitados pela existência de um polo composto por diversas operações comerciais, que privilegiam o uso de lojas físicas, virtuais e operadores logísticos, devido a facilidade de recebimento e escoamento de mercadorias, por estarem próximos à Rodovia Ayrton Senna e ao Rodoanel Mário Covas.





Dados do SEADE (2021) conforme o Gráfico nº 1 – Salário médio, claramente o ensino superior proporciona oportunidades de renda de mais de 220% apenas comparando ensino médio completo com ensino superior.



Referente à empregabilidade, o município conta com 48.490 empregos formais com o salário médio de R\$ 3.410, segundo SEADE (2021). O salário médio do comércio é de R\$ 5.006 (<https://municipios.seade.gov.br/emprego>). Apesar da diversidade de empregos formais, o comércio representa 27,1% do total de empregos. Com a inauguração do Itaquá Garden Shopping em 2017 (investimento de R\$150 milhões), a oferta de empregos cresceu no município. Assim, Itaquaquecetuba avançou e subiu três posições no ranking do Índice de Cidades Empreendedoras de 2023, segundo a Escola Nacional de Administração Pública (ENAP), alcançando a 97ª posição.

O resultado de consultas realizadas ultimamente junto a diferentes escolas de Ensino Médio da cidade e da região, a empresários e microempresários locais, a Prefeitura do Município e a alunos da própria Fatec de Itaquaquecetuba, enfatiza também o interesse desses segmentos por cursos alinhados às características do curso ora proposto. A Unidade, por sua vez, apresenta os requisitos necessários para atender as especificidades dessa demanda.

3.4 Objetivo do Curso

O CST em Gestão de Comércio Eletrônico tem como objetivo propiciar a graduação de profissionais de comércio eletrônico, que possam contribuir para a inovação e melhoria de processos nas organizações, se antecipando aos problemas, resolvendo-os e assim poder minimizar custos e maximizar benefícios da atividade econômica empresarial, dentro das perspectivas de diversidade, de ética e de sustentabilidade dos negócios. A organização curricular de todas as atividades do curso visa desenvolver com os estudantes conhecimentos, habilidades e atitudes para:

Raciocínio lógico: Familiaridade com números, planilhas, pesquisas, estatísticas para realizar estudos, organizar dados, simular cenários e propor soluções, medir desempenho, fazer demonstrações de resultados;

Relacionamento: Habilidade nas relações interpessoais para circular com facilidade nas principais áreas da empresa em que trabalha e entre os parceiros e clientes do negócio. É necessário ainda capacidade de negociação para cobrar prazos, lidar com conflitos, manter a equipe motivada. O profissional de comércio eletrônico deve ter flexibilidade para lidar com todos os níveis dentro da organização - da diretoria ao nível operacional - levando em conta os pilares da sustentabilidade, social e governança;

Visão estratégica: Saber como utilizar os recursos disponíveis para atingir os objetivos definidos, pela estratégia empresarial, atuando em projetos e processos alinhados com a missão da empresa, seus valores e visão de futuro. Elaborar planos de ação para melhorar ainda mais os pontos fortes, assim como mitigar ou mesmo eliminar os pontos fracos. Estar atento às boas práticas de mercado, a fim de prestar serviços de comércio eletrônico, que vão de encontro às necessidades e expectativas do cliente;

Visão global: Enxergar o todo e, ao mesmo tempo, as partes do negócio. Compreender que uma falha em uma das partes - uma experiência de compra ruim pelo cliente, por exemplo - pode comprometer o todo. O profissional de comércio eletrônico precisa exercer, portanto, a liderança de pessoas, ter espírito empreendedor, dominar boas relações com clientes e fornecedores, gerir com eficiência e eficácia os sistemas





de gerenciamento eletrônico e mídias digitais, gerir seu negócio dos pontos de vista financeiro, econômico e ESG. Na administração de recursos materiais, deve saber prever a demanda e consequente dimensionamento de estoque, assim como dominar princípios de armazenagem, movimentação e transporte de produtos, visando efetivar a entrega ao cliente final de forma eficiente e eficaz. No plano internacional, articular processos de importação e exportação de produtos

Conhecimentos de língua estrangeira: É indispensável, porque há uma série de termos em inglês, utilizados em processos físicos e digitais do comércio eletrônico. Além disso, o profissional de comércio eletrônico precisa ler muitos textos em inglês e espanhol para se manter atualizado e, muitas vezes, terá que se comunicar neste idioma com fornecedores e clientes de outros países;

Cultura organizacional: Compreender a cultura organizacional e tornar-se um agente de mudança, ou seja, criar ambiente favorável dentro das equipes, visando a obtenção dos objetivos empresariais.

3.5 Requisitos e Formas de Acesso

O ingresso do aluno se dá pela classificação em processo seletivo vestibular, realizado em uma única fase, com provas dos componentes do núcleo comum do Ensino Médio ou equivalente, em forma de testes objetivos e redação.

Outra forma de acesso é o preenchimento de vagas remanescentes. O ingresso se dá por processo seletivo classificatório por meio de edital (com número de vagas), seguido pela análise da compatibilidade curricular. Podem participar portadores de diploma de Ensino Superior e os discentes de qualquer Instituição de Ensino Superior (transferência de curso).

3.6 Prazos mínimo e máximo para integralização

Para fins de integralização curricular, de acordo com o Regulamento Geral dos Cursos de Graduação, publicado na Deliberação de nº 12 (CEETEPS, 2009), todos os cursos semestrais oferecidos pelas Fatecs terão um prazo mínimo de seis semestres e um prazo máximo igual a 1,5 vezes (uma vez e meia) mais um semestre do em relação ao prazo mínimo sugerido para a sua integralização.

3.7 Aproveitamento de Estudos, de Conhecimentos e de Experiências Anteriores

Poderá ser promovido o aproveitamento de estudos, de conhecimentos e de experiências anteriores, inclusive no trabalho, desde que diretamente relacionados com o perfil profissional de conclusão da respectiva qualificação profissional ou habilitação profissional técnica e tecnológica, de acordo com a legislação vigente.

O aproveitamento de competências segue o previsto na LDB de nº 9394 (BRASIL, 1996), que estabelece que o conhecimento adquirido na EPT, inclusive no trabalho, poderá ser objeto de avaliação, reconhecimento e certificação para prosseguimento ou conclusão de estudos. A Resolução CNE/CP de nº 1 (BRASIL, 2021) e os art. 9 e art. 11 da Deliberação de nº 70 (CEETEPS, 2021), facultam ao aluno o reconhecimento de competências profissionais anteriormente desenvolvidas, para fins de prosseguimento ou de conclusão dos estudos.

O aproveitamento de estudos, decorrente da equivalência entre disciplinas cursadas em Instituição de Ensino Superior credenciada na forma da lei, e os exames de proficiência seguem o previsto no Regulamento Geral dos Cursos de Graduação das Fatecs.

3.8 Exames de proficiência

A pedido da Coordenadoria de Curso, a Unidade de Ensino poderá aplicar Exame de Proficiência destinado a verificar se o aluno já possui os conhecimentos que permitem dispensá-lo de cursar disciplinas obrigatórias ou optativas do currículo de seu curso de graduação, de acordo com o Regulamento Geral dos Cursos de Graduação das Fatecs.





3.9 Certificados e diplomas a serem emitidos

Ao concluir o curso, o aluno terá direito ao diploma de Tecnólogo em Gestão de Comércio Eletrônico.





4. Perfil Profissional do Egresso

O egresso do CST em Gestão de Comércio Eletrônico poderá atuar liderando pessoas, administrando processos, com o suporte das tecnologias correlatas, visando agregar valor ao cliente. Também atua como empreendedor ou intraempreendedor. Analisa e resolve problemas. Propõe novos modelos de negócios. Articula e atende clientes e fornecedores e demais parceiros da cadeia de valor do e-commerce. Com base nos princípios do marketing digital, gere e articula sistemas de gerenciamento eletrônico e mídias digitais. Realiza a gestão econômica e financeira, levando em conta aspectos fiscais, legais e o balanço entre custos, nível de serviço, assim como o meio ambiente, social e governança. Utiliza as funcionalidades das tecnologias emergentes, para simular e otimizar o negócio. Faz a previsão da demanda, com base no planejamento de vendas, visando dimensionar o estoque. Conhece e faz uso eficiente das estratégias de fornecimento e dos canais de distribuição, visando a entrega eficaz ao cliente final. Conhece e articula processos de armazenagem e distribuição de produtos do comércio eletrônico. Articula as transações do comércio exterior, visando a movimentação física de produtos, assim como o respectivo fluxo de informações e as questões alfandegárias.

Para que o egresso alcance o perfil citado, o CST em Gestão de Comércio Eletrônico desenvolve em seus componentes temáticas transversais, competências profissionais e socioemocionais.

4.1 Competências profissionais

No CST em Gestão de Comércio Eletrônico serão desenvolvidas as seguintes competências profissionais:

- ▶ Identificar formas de funcionamento das diversas atividades relativas aos processos do e-commerce;
- ▶ Correlacionar conhecimentos matemáticos e sua aplicação nos negócios digitais;
- ▶ Identificar as operações logísticas do comércio eletrônico e seus reflexos para o resultado empresarial;
- ▶ Utilizar os conceitos de administração na gestão de negócios digitais;
- ▶ Aplicar os métodos científicos, com o intuito de utilizar no desenvolvimento acadêmico e profissional;
- ▶ Aplicar ferramentas de tecnologia da informação em negócios digitais;
- ▶ Desenvolver e aplicar raciocínio linguístico; compreender o conceito de variante linguística e a utilização da Variante Padrão (VP) e aplicação de regras nas situações que a exigem; compreender e aplicar o conceito de adequação linguística nos diferentes contextos cotidianos, orais e escritos; reconhecer diferentes gêneros e tipos textuais e suas características; aprimorar fluência, compreensão e produção de textos orais e escritos; produzir textos do gênero acadêmico, técnico e profissional;
- ▶ Caracterizar o escopo de uma atividade de operação de entrega de última milha do e-commerce, utilizando um ou mais modais, considerando os impactos no meio ambiente;
- ▶ Planejar e coordenar a movimentação física, assim como o gerenciamento de pessoas e dos fluxos de informações, observando o balanceamento entre custo e nível de serviço, visando atender às necessidades e expectativas do cliente;
- ▶ Identificar a inter-relação das atividades empresariais com o meio ambiente, tanto no que se refere à utilização de recursos escassos quanto aos aspectos ambientais, sociais e de governança;
- ▶ Dimensionar recursos vinculados às operações de negócios digitais e propor soluções;
- ▶ Modelar soluções para otimizar e racionalizar os processos de negócios digitais;
- ▶ Identificar os contextos econômicos nos âmbitos regional, nacional e internacional, a fim de relacionar seus impactos na sociedade e nas organizações;





- ▶ Aplicar as boas práticas específicas da disciplina, no sentido de agregar valor ao produto, aos serviços e ao cliente;
- ▶ Correlacionar conhecimentos matemáticos, na área de finanças e sua aplicação nos negócios digitais;
- ▶ Identificar e verificar a adequação dos aspectos da gestão fiscal nos negócios digitais;
- ▶ Prover níveis de serviços adequados ao cliente a custo razoável;
- ▶ Identificar os principais conceitos contábeis;
- ▶ Operacionalizar atividades contábeis;
- ▶ Projetar e gerenciar processos operacionais ligados aos negócios digitais, aplicando as tecnologias de informação e comunicação, para agregar valor ao produto, ao serviço e às soluções ao cliente;
- ▶ Utilizar indicadores de desempenho para gerir atividades ligadas a negócios digitais
- ▶ Realizar uma pesquisa científica, na área de atuação profissional, proporcionada pelo CST em processo de conclusão.
- ▶ Desenvolver o capital humano como vantagem competitiva nas soluções para negócios digitais;
- ▶ Utilizar conceitos de Direito voltados para negócios digitais;
- ▶ Identificar e aplicar os princípios do Direito, relevantes à gestão empresarial, a fim de subsidiar diversos aspectos inerentes à área de negócios digitais.
- ▶ Gerenciar aplicações contábeis.
- ▶ Analisar custos operacionais para a tomada de decisão contábil
- ▶ Aplicar conceitos contábeis e custos

4.2 Competências socioemocionais

Nos Cursos Superiores de Tecnologia, preconiza-se o desenvolvimento das seguintes competências socioemocionais, que podem ser desenvolvidas transversalmente em todos os componentes, em todos os semestres:

- ▶ Demonstrar capacidade de resolver problemas complexos e propor soluções criativas e inovadoras;
- ▶ Desenvolver a visão sistêmica, identificando soluções, respeitando aspectos culturais, éticos, ambientais e sociais no âmbito local, regional e internacional;
- ▶ Evidenciar o uso de pensamento crítico em situações adversas;
- ▶ Empreender ações inovadoras, analisando criticamente a organização, antecipando e promovendo transformações;
- ▶ Administrar conflitos, quando necessário, estabelecer relações e propor um ambiente colaborativo, incentivando o trabalho em equipe;
- ▶ Atuar de forma autônoma na realização de atividades profissionais e na execução de projetos;
- ▶ Elaborar, gerenciar e apoiar projetos, identificando oportunidades e avaliando os riscos inerentes;
- ▶ Comunicar-se tanto na língua materna como em língua estrangeira.

4.3 Mapeamento de Competências por Componente

É importante considerar que para desenvolver o perfil do Tecnólogo formado pelas Fatecs além das competências profissionais, esse profissional deve destacar-se por abranger temas relacionados à sustentabilidade e ao atendimento a demandas sociais, históricas, culturais, interculturais, bem como





conscientização e ações de preservação e educação ambiental, de respeito a relações étnico-raciais e de inclusão. Com isso, as competências socioemocionais são muito representativas no rol de competências requeridas para o profissional e ser humano do século XXI - são fundamentais para as novas realidades da empregabilidade, para a formação ao longo da vida e para a adaptação às transformações aceleradas, que são vividas na organização do trabalho.

Os componentes curriculares do CST em Gestão de Comércio Eletrônico abordam as seguintes competências e temáticas:

Competência profissional ou socioemocional	Componente(s)
▶ Identificar formas de funcionamento das diversas atividades relativas aos processos do e-commerce	▶ Projeto Integrador para comércio eletrônico
▶ Correlacionar conhecimentos matemáticos e sua aplicação nos negócios digitais	▶ Matemática para negócios digitais ▶ Estatística aplicada a negócios digitais ▶ Modelagem de processos quantitativo em negócios digitais ▶ Fundamentos de cálculo aplicado a negócios digitais
▶ Identificar as operações logísticas do comércio eletrônico e seus reflexos para o resultado empresarial	▶ Modelos organizacionais para negócios digitais
▶ Utilizar os conceitos de administração na gestão de negócios digitais	▶ Modelos organizacionais para negócios digitais
▶ Aplicar os métodos científicos, com o intuito de utilizar no desenvolvimento acadêmico e profissional	▶ Métodos para produção do conhecimento
▶ Aplicar ferramentas de tecnologia da informação em negócios digitais	▶ Ferramentas eletrônicas de gestão ▶ Análise de dados aplicada ao comércio eletrônico ▶ Otimização de mecanismos de busca
▶ Desenvolver e aplicar raciocínio linguístico; compreender o conceito de variante linguística e a utilização da Variante Padrão (VP) e aplicação de regras nas situações que a exigem; compreender e aplicar o conceito de adequação linguística nos diferentes contextos cotidianos, orais e escritos; reconhecer diferentes gêneros e tipos textuais e suas características; aprimorar fluência, compreensão e produção de textos orais e escritos; produzir textos do gênero acadêmico, técnico e profissional	▶ Comunicação e expressão
▶ Comunicar-se em língua estrangeira	▶ Inglês I ▶ Inglês II ▶ Inglês III ▶ Inglês IV ▶ Inglês V ▶ Inglês VI
▶ Utilizar conceitos de Direito voltados para negócios digitais; ▶ Identificar e aplicar os princípios do Direito, relevantes à gestão empresarial, a fim de subsidiar diversos aspectos inerentes à área de negócios digitais	▶ Direito para negócios digitais
▶ Caracterizar o escopo de uma atividade de operação de entrega de última milha do e-commerce, utilizando um ou mais modais, considerando os impactos no meio ambiente	▶ Projeto Integrador para última milha
▶ Planejar e coordenar a movimentação física, assim como o gerenciamento de pessoas e os fluxos de informações, observando o balanceamento entre custo e nível de serviço, visando atender às necessidades e expectativas do cliente	▶ Modos de transporte do comércio eletrônico ▶ Gestão de serviços para negócios digitais ▶ Estratégias de fornecimento e distribuição do comércio eletrônico ▶ Tecnologia de veículos do comércio eletrônico ▶ Comércio eletrônico no comércio exterior ▶ Roteirização e programação de transporte do comércio eletrônico





▶ Identificar a inter-relação das atividades empresariais com o meio ambiente, tanto no que se refere à utilização de recursos escassos quanto aos aspectos ambientais, sociais e de governança	▶ Meio ambiente, social e governança ▶ Transporte de cargas especiais
▶ Desenvolver o capital humano como vantagem competitiva nas soluções para negócios digitais	▶ Liderança e gestão de pessoas
▶ Comunicar-se em língua estrangeira	▶ Espanhol I ▶ Espanhol II
▶ Dimensionar recursos vinculados às operações de negócios digitais e propor soluções	▶ Projeto integrador de demanda e estoques ▶ Previsão de demanda e gestão de estoques do comércio eletrônico ▶ Projeto integrador de serviços para negócios digitais ▶ Projeto integrador de marketplace ▶ Sistemas e estruturas de operações do comércio eletrônico ▶ Sistemas de embalagens para comércio eletrônico ▶ Intralogística do comércio eletrônico
▶ Modelar soluções para otimizar e racionalizar os processos de negócios digitais	▶ Pesquisa operacional para negócios digitais ▶ Modelagem de processos quantitativos para negócios digitais ▶ Simulação de processos do comércio eletrônico
▶ Identificar os contextos econômicos nos âmbitos regional, nacional e internacional, a fim de relacionar seus impactos na sociedade e nas organizações	▶ Economia e Finanças para negócios digitais
▶ Aplicar as boas práticas específicas da disciplina, no sentido de agregar valor ao produto, aos serviços e ao cliente	▶ Fundamentos de gestão da qualidade ▶ Princípios de marketing digital ▶ Fundamentos de gestão de mídias digitais ▶ Inovação empreendedorismo ▶ Comportamento do consumidor na era digital ▶ Sistemas de gerenciamento do comércio eletrônico
▶ Correlacionar conhecimentos matemáticos, na área de finanças e sua aplicação nos negócios digitais	▶ Gestão financeira para negócios digitais
▶ Identificar e verificar a adequação dos aspectos da gestão fiscal nos negócios digitais	▶ Gestão fiscal para negócios digitais
▶ Gerenciar aplicações contábeis ▶ Analisar custos operacionais para a tomada de decisão contábil ▶ Aplicar conceitos contábeis e custos	▶ Contabilidade e custos
▶ Identificar os principais conceitos contábeis; ▶ Operacionalizar atividades contábeis	▶ Fundamentos de contabilidade
▶ Projetar e gerenciar processos operacionais ligados aos negócios digitais, aplicando as tecnologias de informação e comunicação, para agregar valor ao produto, ao serviço e às soluções ao cliente	▶ Metodologias ágeis para tomada de decisão
▶ Utilizar indicadores de desempenho para gerir atividades ligadas a negócios digitais	▶ Projeto integrador de desempenho do comércio eletrônico
▶ Realizar uma pesquisa científica, na área de atuação profissional, proporcionada pelo CST em processo de conclusão.	▶ Trabalho de graduação

4.4 Temáticas Transversais

Em consonância com a Lei de nº 9795 (BRASIL, 1999) e com o Decreto de nº 4281 (BRASIL, 2002), que tratam da necessidade de discussão, pelos cursos de graduação, de Políticas de Educação Ambiental, e com a Resolução CNE/CP de nº 1 (BRASIL, 2004), que trata da necessidade da inclusão e discussão da educação das relações étnico-raciais, história e cultura afro-brasileira e africana, bem como a gestão da diversidade e políticas de inclusão e outras temáticas que promovam a reflexão do profissional. Tais temáticas podem ser





trabalhadas em forma de eventos e palestras. Evidencia-se, assim, a intenção de trazer ao egresso um olhar holístico sobre a comunidade escolar e a sociedade na qual ela está inserida.

4.5 Língua Brasileira de Sinais - Libras

Em consonância com a Lei nº 10436 (BRASIL, 2002), regulamentada pelo Decreto nº 5626 (BRASIL, 2005), que dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais e versa sobre a necessidade de inclusão de Libras no currículo, há a oferta de Libras, de forma optativa, para os discentes dos Cursos Superiores de Tecnologia do Ceeteps.





5. Organização Curricular

5.1 Pressupostos da organização curricular

A composição curricular do curso está regulamentada de acordo com a Resolução CNE/CP de nº 01 (BRASIL, 2021), que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a Educação Profissional e Tecnológica, e com a Deliberação de nº 70 (CEETEPS, 2021), que estabelece as diretrizes para os cursos de graduação das Fatecs.

O CST em Gestão de Comércio Eletrônico, classificado no Eixo Tecnológico em Gestão e Negócios, propõe uma carga horária total de 2.400 horas, destinada aos componentes curriculares (2880 aulas de 50 minutos), acrescida de 160 horas e de 240 horas, perfazendo um total de 2800 horas, contemplando, assim, o disposto na legislação e às diretrizes internas do Centro Paula Souza.





5.2 Matriz curricular do CST em Gestão de Comércio Eletrônico – Fatec Itaquaquecetuba - R-04

1º semestre	2º semestre	3º semestre	4º semestre	5º semestre	6º semestre
Projeto Integrador para o Comércio Eletrônico (40 aulas)	Projeto Integrador para Última Milha (40 aulas)	Projeto Integrador de Demanda e Estoques (40 aulas)	Projeto Integrador de Serviços para Negócios Digitais (40 aulas)	Projeto Integrador de Marketplace (40 aulas)	Projeto Integrador de Desempenho do Comércio Eletrônico (40 aulas)
Logística Urbana (80 aulas)	Modos de Transporte do Comércio Eletrônico (80 aulas)	Pesquisa Operacional para Negócios Digitais (80 aulas)	Modelagem de Processos Quantitativos em Negócios Digitais (80 aulas)	Contabilidade e Custos (80 aulas)	Comércio Eletrônico no Comércio Exterior (80 aulas)
Modelos Organizacionais para Negócios Digitais (80 aulas)	Fundamentos de Contabilidade (40 aulas) Comportamento do Consumidor na Era Digital (40 aulas)	Economia e Finanças para Negócios Digitais (80 aulas)	Gestão de Serviços para Negócios Digitais (80 aulas)	Estratégias de Fomento e Distribuição do Comércio Eletrônico (80 aulas)	Roteirização e Programação de Transporte do Comércio Eletrônico (80 aulas)
Ferramentas Eletrônicas de Gestão (40 aulas) Métodos para Produção do Conhecimento (40 aulas)	Meio Ambiente, Social e Governança (80 aulas)	Previsão de Demanda e Gestão de Estoques do Comércio Eletrônico (80 aulas)	Sistemas e Estruturas de Operações do Comércio eletrônico (80 aulas)	Intralogística do Comércio Eletrônico (80 aulas)	Simulação de Processos do Comércio Eletrônico (80 aulas)
Matemática para Negócios Digitais (80 aulas)	Direito para Negócios Digitais (40 aulas) Estatística Aplicada a Negócios Digitais (80 aulas) Fundamentos de Cálculo Aplicado a Negócios Digitais (40 aulas)	Sistemas de Gerenciamento Eletrônico (40 aulas) Fundamentos de Gestão da Qualidade (40 aulas) Fundamentos de Gestão Financeira para Negócios Digitais (40 aulas)	Gestão Fiscal para Negócios Digitais (40 aulas) Sistemas de Embalagens para o Comércio Eletrônico (40 aulas) Princípios de Marketing Digital (40 aulas)	Tecnologia de Veículos do Comércio Eletrônico (40 aulas) Fundamentos de Gestão de Mídias Digitais (40 aulas) Metodologias Ágeis para Tomada de Decisão (40 aulas)	Transporte de Cargas Especiais (40 aulas) Análise de Dados Aplicada ao Comércio Eletrônico (40 aulas) Otimização de Mecanismos de Busca (40 aulas)
Comunicação e Expressão (80 aulas)		Espanhol I (40 aulas)	Espanhol II (40 aulas)	Liderança e Gestão de Pessoas (40 aulas)	Inovação e Empreendedorismo (40 aulas)
Inglês I (40 aulas)	Inglês II (40 aulas)	Inglês III (40 aulas)	Inglês IV (40 aulas)	Inglês V (40 aulas)	Inglês VI (40 aulas)
Estágio					
Tema 1º Semestre (40 Horas)	Tema 2º Semestre (40 Horas)	Tema 3º Semestre (40 Horas)	Tema 4º Semestre (40 Horas)	Tema 5º Semestre (40 Horas)	Tema 6º Semestre (40 Horas)
(240 Horas)					
Trabalho de Graduação (TG)					
(160 Horas)					
aulas/horas semanais: 24a/20h semestrais: 480a/400h Estágio: 40h	aulas/horas semanais: 24a/20h semestrais: 480a/400h Estágio: 40h	aulas/horas semanais: 24a/20h semestrais: 480a/400h Estágio: 40h	aulas/horas semanais: 24a/20h semestrais: 480a/400h Estágio: 40h	aulas/horas semanais: 24a/20h semestrais: 480a/400h Estágio: 40h TG: 80h	aulas/horas semanais: 24a/20h semestrais: 480a/400h Estágio: 40h TG: 80h
DISTRIBUIÇÃO DAS AULAS POR EIXO FORMATIVO					
Básicas	Aulas	%	Profissionais	Aulas	%
Matemática e Estatística	240	8,3	Projetos (Integrador, Acadêmico, etc)	240	8,3
Metodologias de Pesquisa	40	1,4	Tecnológicas Específicas para o Curso	1440	50,0
Administração e Economia	320	11,1	Tecnológicas Gerais	160	5,6
TOTAL	600	20,8	TOTAL	1840	63,9
	2400	Horas		2880	Aulas
					100,0 %
RESUMO DA CARGA HORÁRIA					
2880 aulas à 2400 horas (atende CNCST, conforme del 86 de 2009, do CEE-SP e diretrizes internas do CPS)					
+ 160 horas de Trabalho de Graduação + 240 horas de Estágio = 2.800 horas					





5.3 Tabela de componentes e distribuição da carga horária

Os componentes que se iniciam com * são eletivas (exemplo: * Informática)

Sem.	Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais					Atividade Curricular de Extensão
					Presenciais		On-line		Total	
					Sala	Lab.	Sala	Lab.		
1º	1	PCE-002	Projeto Integrador para o comércio eletrônico	Presencial	40	-	-	-	40	33
	2	MAT-032	Matemática para negócios digitais	Presencial	64	16	-	-	80	-
	3	JLG-035	Logística urbana	Presencial	80	-	-	-	80	-
	4	ADM-045	Modelos organizacionais para negócios digitais	Presencial	80	-	-	-	80	-
	5	MPC-023	Métodos para produção do conhecimento	Presencial	40	-	-	-	40	-
	6	INF-057	Ferramentas eletrônicas de gestão	Presencial	28	12	-	-	40	-
	7	COM-063	Comunicação e Expressão	Presencial	80	-	-	-	80	-
	8	ING-241	Inglês I	Presencial	40	-	-	-	40	-
	Total de aulas do semestre					452	28	-	-	480

Sem.	Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais					Atividade Curricular de Extensão
					Presenciais		On-line		Total	
					Sala	Lab.	Sala	Lab.		
2º	1	PUM-001	Projeto Integrador para última milha	Presencial	24	16	-	-	40	33
	2	JLG-036	Modos de transporte do comércio eletrônico	Presencial	64	16	-	-	80	-
	3	BBE-011	Meio ambiente, social e governança	Presencial	64	16	-	-	80	-
	4	CON-021	Fundamentos de contabilidade	Presencial	24	16	-	-	40	-
	5	EST-058	Estatística aplicada a negócios digitais	Presencial	64	16	-	-	80	-
	6	DND-006	Direito para negócios digitais	Presencial	40	-	-	-	40	-
	7	MAT-033	Fundamentos de cálculo aplicado a negócios digitais	Presencial	40	-	-	-	40	-
	8	ADM-046	Comportamento do consumidor na era digital	Presencial	32	8	-	-	40	-
	9	ING-242	Inglês II	Presencial	40	-	-	-	40	-
Total de aulas do semestre					392	88	-	-	480	33

Sem.	Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais					Atividade Curricular de Extensão
					Presenciais		On-line		Total	
					Sala	Lab.	Sala	Lab.		
3º	1	PDE-001	Projeto Integrador de demanda e estoques	Presencial	24	16	-	-	40	33
	2	MPO-009	Pesquisa operacional para negócios digitais	Presencial	56	24	-	-	80	-
	3	ECN-022	Economia e finanças para negócios digitais	Presencial	80	-	-	-	80	-
	4	ECN-023	Previsão de demanda e gestão de estoques do comércio eletrônico	Presencial	56	24	-	-	80	-
	5	AGQ-037	Fundamentos de gestão da qualidade	Presencial	40	-	-	-	40	-
	6	AGF-047	Fundamentos de gestão financeira para negócios digitais	Presencial	32	8	-	-	40	-
	7	ESP-077	Espanhol I	Presencial	40	-	-	-	40	-
	8	ING-243	Inglês III	Presencial	40	-	-	-	40	-
	9	INF-058	Sistemas de gerenciamento eletrônico	Presencial	32	8	-	-	40	-
	Total de aulas do semestre					400	80	-	-	480





Sem.	Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais					Atividade Curricular de Extensão
					Presenciais		On-line		Total	
					Sala	Lab.	Sala	Lab.		
4º	1	PND-001	Projeto integrador de serviços para	Presencial	24	16	-	-	40	33
	2	ADM-047	Modelagem de processos quantitativos em negócios digitais	Presencial	56	24	-	-	80	-
	3	AGS-029	Gestão de serviços para negócios digitais	Presencial	80	-	-	-	80	-
	4	ADM-048	Sistemas e estruturas de operações do comércio eletrônico	Presencial	56	24	-	-	80	-
	5	AGF-048	Gestão fiscal para negócios digitais	Presencial	40	-	-	-	40	-
	6	JLG-037	Sistemas de embalagens para o comércio eletrônico	Presencial	32	8	-	-	40	-
	7	ESP-078	Espanhol II	Presencial	40	-	-	-	40	-
	8	ING-244	Inglês IV	Presencial	40	-	-	-	40	-
	9	PMA-022	Princípios de marketing digital	Presencial	40	-	-	-	40	-
Total de aulas do semestre					408	72	-	-	480	33

Sem.	Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais					Atividade Curricular de Extensão
					Presenciais		On-line		Total	
					Sala	Lab.	Sala	Lab.		
5º	1	PMP-004	Projeto Integrador de marketplace	Presencial	24	16	-	-	40	33
	2	CON-022	Contabilidade e custos	Presencial	80	-	-	-	80	-
	3	JLG-038	Estratégias de fornecimento e distribuição do comércio eletrônico	Presencial	80	-	-	-	80	-
	4	JLG-039	Intralógica do comércio eletrônico	Presencial	56	24	-	-	80	-
	5	JLG-042	Tecnologia de veículos do comércio eletrônico	Presencial	40	-	-	-	40	-
	6	RHL-008	Liderança e gestão de pessoas	Presencial	28	12	-	-	40	33
	7	INF-059	Fundamentos de gestão de mídias digitais	Presencial	28	12	-	-	40	-
	8	ING-245	Inglês V	Presencial	40	-	-	-	40	-
	9	ACE-024	Metodologias ágeis para tomada de decisão	Presencial	24	16	-	-	40	-
Total de aulas do semestre					400	80	-	-	480	66

Sem.	N°	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais					Atividade Curricular de Extensão
					Presenciais		On-line		Total	
					Sala	Lab.	Sala	Lab.		
6°	1	PDC-001	Projeto Integrador de desempenho do comércio eletrônico	Presencial	24	16	-	-	40	33
	2	AGC-003	Comércio eletrônico no comércio exterior	Presencial	80	-	-	-	80	-
	3	JLG-043	Roteirização e programação do transporte do comércio eletrônico	Presencial	56	24	-	-	80	-
	4	ACE-025	Simulação de processos do comércio eletrônico	Presencial	56	24	-	-	80	-
	5	JLG-047	Transporte de cargas especiais	Presencial	40	-	-	-	40	-
	6	INF-060	Análise de dados aplicada ao comércio eletrônico	Presencial	24	16	-	-	40	-
	7	ADM-049	Otimização de mecanismos de busca	Presencial	24	16	-	-	40	-
	8	ING-246	Inglês VI	Presencial	40	-	-	-	40	-
	9	CEE-056	Inovação e empreendedorismo	Presencial	40	-	-	-	40	-
Total de aulas do semestre					384	96	-	-	480	33

Total de aulas do curso	2.436	444	-	-	2880	198
Total de horas do curso	2.030	370	-	-	2400	165





5.4 Distribuição da carga horária dos componentes complementares

No CST em Gestão de Comércio Eletrônico há previsão de componentes complementares.

Sigla	Aplicável ao CST	Componente Complementar	Total de horas	Obrigatoriedade
TCE-006/TCE-007	☒	Trabalho de Graduação / Atividade Curricular de Extensão	160 horas	Obrigatório a partir do 5º Semestre
ECE-003	☒	Estágio Curricular Supervisionado	240 horas	Obrigatório a partir do 1º Semestre
XXXX	☐	Atividades Acadêmico-Científico-Culturais		Escolher um item.





6. Ementário

6.1 Primeiro Semestre

Sem.	Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais					Atividade Curricular de Extensão
					Presenciais		On-line		Total	
					Sala	Lab.	Sala	Lab.		
1º	1	PCE-002	Projeto Integrador para o comércio eletrônico	Presencial	40	-	-	-	40	33
	2	MAT-032	Matemática para negócios digitais	Presencial	64	16	-	-	80	-
	3	JLG-035	Logística urbana	Presencial	80	-	-	-	80	-
	4	ADM-045	Modelos organizacionais para negócios digitais	Presencial	80	-	-	-	80	-
	5	MPC-023	Métodos para produção do conhecimento	Presencial	40	-	-	-	40	-
	6	INF-057	Ferramentas eletrônicas de gestão	Presencial	28	12	-	-	40	-
	7	COM-063	Comunicação e Expressão	Presencial	80	-	-	-	80	-
	8	ING-241	Inglês I	Presencial	40	-	-	-	40	-
	Total de aulas do semestre					452	28	-	-	480

6.1.1 – PCE-002 – Projeto Integrador para o comércio eletrônico – Oferta Presencial – Total de 33 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Identificar formas de funcionamento das diversas atividades relativas aos processos do e-commerce
- ▶ Atuar de forma autônoma na realização de atividades profissionais e na execução de projetos

Objetivos de Aprendizagem

- ▶ Aplicar os conhecimentos adquiridos sobre as principais atividades e recursos ligados ao comércio eletrônico, por meio de trabalhos ou projetos, visando a prática da interdisciplinaridade.

Ementa

- ▶ Características das principais atividades e recursos para operação de um negócio digital; tipos de atividades logísticas desenvolvidas no comércio eletrônico.

Metodologias Propostas

- ▶ Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

Instrumentos de Avaliação Propostos

- ▶ As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

Bibliografia Básica

- FERNANDES, M. E. Negócios eletrônicos. São Paulo: Pearson, 2018. ISBN: 9788570160430





- OLIVEIRA, B. Crie seu mercado no mundo digital. São Paulo: Gente, 2018. ISBN 8545202687
- STEFANO, N.; ZATTAR, I.C. E-commerce: conceitos, implementação e gestão. Curitiba: InterSaberes, 2016. ISBN 8559722084

• **Bibliografia Complementar**

- BACICH, L.; TANZI, A.; TREVISANI, F. M. **Ensino híbrido: personalização e tecnologia na educação**. Porto Alegre: Penso, 2015. ISBN 2015. 9788584290482
- CAMARGO, R. A.; RIBAS, T. **Gestão ágil de projetos: as melhores soluções para as suas necessidades**. São Paulo: Saraiva Un, 2019. ISBN 2015. 9788584290482

6.1.2 – MAT-032 – Matemática para negócios digitais – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Correlacionar conhecimentos matemáticos e sua aplicação nos negócios digitais.
- ▶ Demonstrar capacidade de resolver problemas complexos e propor soluções criativas e inovadoras.

• **Objetivos de Aprendizagem**

- Aplicar conceitos matemáticos na solução de problemas da área.

• **Ementa**

- Pré-cálculo (operações básicas com números inteiros e frações, potenciação, radiciação, exponencial, equações do primeiro e segundo grau, funções do primeiro e segundo graus). Conceitos de cálculos numéricos; Relações e Funções; Álgebra Linear: Matrizes e Determinantes; Sistemas Lineares. Aplicação de razões, proporções, áreas, volumes, indicadores, funções custo, receita, demanda em situações práticas.

• **Metodologias Propostas**

- Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

• **Instrumentos de Avaliação Propostos**

- As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

• **Bibliografia Básica**

- GUELLI, O.; NAPOLITANO, C. Matemática para economia e administração. São Paulo: Harbra, 2014 ISBN 9788529403489
- SILVA, F C M; ABRAO, M. IEZZI, G. I.; MURAKAMI, C. Fundamentos da matemática elementar. Volume 1. São Paulo: Atual, 2021. ISBN 9788522451777
- STEWART, J. Pré-Cálculo - Operações, Equações, Funções e Trigonometria. 1. Ed. São Paulo: Cengage Learning, 2019 ISBN 8522128421





► **Bibliografia Complementar**

- IEZZI, G. **Matemática - Volume único**. 6. Ed. São Paulo: Atual Didáticos, 2019. ISBN 9788535716801
- MOLTER, A. et al. **Tópicos de Matemática Básica**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2020. ISBN 9788539908288

6.1.3 – JLG-035 – Logística urbana – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Identificar as operações logísticas do comércio eletrônico e seus reflexos para o resultado empresarial.
- Desenvolver a visão sistêmica, identificando soluções, respeitando aspectos culturais, éticos, ambientais e sociais no âmbito local, regional e internacional.

► **Objetivos de Aprendizagem**

- Reconhecer as operações logísticas do comércio eletrônico e o seu impacto nas organizações sócio produtivas. Identificar o processo e atividades do sistema logístico do comércio eletrônico.

► **Ementa**

- Introdução aos conceitos e definições básicas da logística; Introdução às áreas de atuação: compras, armazenagem, embalagem, transporte e tráfego, gestão da cadeia de suprimentos. Custos Logísticos. Logística e sua relação com o serviço ao cliente. Logística do comércio eletrônico. Logística reversa. Logística Enxuta. *Fulfillment*. Os canais de distribuição física, características e suas funções. Multicanal e Omnicanal. Logística de primeira milha. Logística de média milha. Logística de última milha (Modelos de *pick-up and drop-off*, armários inteligentes, uso da loja física - *ship from store* - uso de agências próprias ou terceiras - mini depósitos, entrega de última milha - *dark stores*). Introdução aos aspectos de sustentabilidade em logística.

► **Metodologias Propostas**

- Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

► **Instrumentos de Avaliação Propostos**

- As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

► **Bibliografia Básica**

- BERTAGLIA, P R. Logística e Gerenciamento da Cadeia de Abastecimento. 4.ed. São Paulo: Saraiva, 2020. ISBN 9788571440951.
- BOWERSOX, D.J.; CLOSS, D.J., COOPER, M.B., BOWERSOX, J.C. Gestão Logística da Cadeia de Suprimentos. 4.ed. Porto Alegre: AMGH, 2014. ISBN 9788580553178.
- CORRÊA, H.L. Administração de cadeias de suprimentos e logística: Integração na era da indústria 4.0. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2019. ISBN 9788597021998.

► **Bibliografia Complementar**





- CAXITO, F. **Logística - Um Enfoque Prático**. 3.ed. São Paulo: Saraiva. 2019. ISBN 9788571440029
- NOVAES, Antonio Galvão. **Logística e Gerenciamento da Cadeia de Distribuição** - Estratégia, Avaliação e Operação. 5.ed. São Paulo: GEN Atlas, 2021. ISBN 9788595157163

6.1.4 – ADM-045 – Modelos organizacionais para negócios digitais – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Utilizar os conceitos de administração na gestão de negócios digitais.
- ▶ Empreender ações inovadoras, analisando criticamente a organização, antecipando e promovendo transformações.

Objetivos de Aprendizagem

- ▶ Compreender e identificar a evolução da administração com ênfase nas novas formas de gestão empresarial e sua aplicabilidade nas necessidades atuais de tomada de decisão.

Ementa

- ▶ Conceitos de administração. Conceitos e funções administrativas. Histórico da evolução das Teorias da Administração. Virtualização da Gestão. Fundamentos do comércio eletrônico. Etapas de criação do negócio digital. Principais aspectos da economia criativa. Os impactos da transformação digital. Novas formas de pensar o negócio digital. As nove ferramentas para a transformação digital. Desafios disruptivos. A importância do marketing digital. Gestão de processos gerenciais e governança das organizações.

Metodologias Propostas

- ▶ Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

Instrumentos de Avaliação Propostos

- ▶ As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

Bibliografia Básica

- OLIVIERO, C. A. J.; DEGHI, G. J. E-commerce: princípios para o desenvolvimento e gerenciamento de uma loja virtual. São Paulo: Érica, 2014. ISBN 8536511079
- MAXIMIANO, A.C.A. Teoria Geral da Administração: da revolução urbana à revolução digital, 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017. ISBN 8597010711
- ROGERS, D.L. Transformação digital: repensando o seu negócio para era digital. Autêntica Business, 2017. ISBN 9788551302729

Bibliografia Complementar

- CHIAVENATO, I. **Administração**: Teoria, processo e prática. São Paulo: Atlas, 2022. ISBN 6559773078
- PAKES, A. **Negócios digitais**. São Paulo: Gente, 2016. ISBN 8545200595





6.1.5 – MPC-023 – Métodos para produção do conhecimento – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Aplicar os métodos científicos, com o intuito de utilizar no desenvolvimento acadêmico e profissional.
- ▶ Atuar de forma autônoma na realização de atividades profissionais e na execução de projetos.
- ▶ Elaborar, gerenciar e apoiar projetos, identificando oportunidades e avaliando os riscos inerentes.

Objetivos de Aprendizagem

- ▶ Identificar os elementos e etapas necessárias para organizar um roteiro de estudo e pesquisa, conforme os objetivos estabelecidos. Diferenciar os tipos de pesquisa e estratégias de análise do conhecimento científico. Reconhecer as características da ciência e da tecnologia para desenvolver diversas atividades acadêmicas. Redigir textos utilizando editores eletrônicos. Elaborar projetos de pesquisa e estruturar textos científicos e acadêmicos como resenha, artigo, relatório, pôster científico, monografia, aplicando o método científico e normas ABNT, em perspectivas multi, trans e interdisciplinar, priorizando a pesquisa tecnológica, a ética e o respeito aos direitos autorais e às leis antiplágio.

Ementa

- ▶ O Papel da ciência e da tecnologia. Tipos de conhecimento. Método e técnica. Planejamento e desenvolvimento da pesquisa: coleta das informações, organização e análise. Trabalhos acadêmicos: tipos, características e composição estrutural. O projeto de pesquisa experimental (desenvolvimento de experimento), pesquisa aplicada, pesquisa científica e tecnológica, pesquisa qualitativa e quantitativa. Pesquisas e pensamentos multi, trans e interdisciplinar. Editores eletrônicos de textos. Apresentação gráfica dos diferentes trabalhos. Normas da ABNT, citações e bibliografias. Valores éticos e princípios de direitos autorais. Leis e ferramentas antiplágio.

Metodologias Propostas

- ▶ Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

Instrumentos de Avaliação Propostos

- ▶ As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

Bibliografia Básica

- GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2022. ISBN 9786559771639
- LAKATOS, E. M.; MARCONI, M.A. Fundamentos de Metodologia Científica. São Paulo: Atlas, 2021. ISBN 9788597026566
- PEREIRA, J.M. **Manual de Metodologia para Pesquisa Científica**. São Paulo: Atlas, 2016. ISBN 9788597008777

Bibliografia Complementar

- ▶ CHEHUEN NETO, J. A. **Metodologia da Pesquisa Científica** - da Graduação. 1.ed. Curitiba: Editora CRV., 2020. ISBN 9788580423655





- ▶ MATIAS-PEREIRA, J. **Manual de Metodologia da Pesquisa Científica**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2016. ISBN 9788597008777

6.1.6 – INF-057 – Ferramentas eletrônicas de gestão – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Aplicar ferramentas de tecnologia da informação em negócios digitais.
- ▶ Demonstrar capacidade de resolver problemas complexos e propor soluções criativas e inovadoras.
- ▶ Empreender ações inovadoras, analisando criticamente a organização, antecipando e promovendo transformações.

Objetivos de Aprendizagem

- ▶ Utilizar recursos tecnológicos como apoio às tarefas operacionais e estratégicas para a gestão de fluxos e de projetos em negócios digitais.

Ementa

- ▶ Introdução ao editor de texto e ao editor de apresentação. Planilhas eletrônicas, criação e gerenciamento de planilhas, gráficos e dados, uso de operadores, funções, fórmulas e tabelas dinâmicas. Ferramentas de Fluxogramas e Diagramas. Aplicação das ferramentas para situações de negócios digitais.

Metodologias Propostas

- ▶ Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

Instrumentos de Avaliação Propostos

- ▶ As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

Bibliografia Básica

- BLOKDYK, G. **Microsoft Office 365: A Complete Guide - 2020 Edition**. Australia: 5STARCook, 2019. ISBN 9780655916048
- FRYE, C. **Microsoft Excel 2016 Passo a Passo: MS Excel 2016** [s.l.] 1.ed. São Paulo: Bookman, 2016. ISBN 788582603956
- MANZANO, A.L.N.G, MANZANO, J.A.N.G. Estudo dirigido de Microsoft Excel 2019 – avançado. 1.ed. São Paulo: Saraiva, 2019. ISBN 9788536532295.

Bibliografia Complementar

- MARTELLI, R.; ISSA, N. M. K. I. **Office 2016 para aprendizagem comercial**. São Paulo: Senac, 2016. ISBN 9788539610402
- WALKENBACH, J. **Programando em Excel: VBA Para Leigos: Tradução 4a edição**. [s.l.] 5.ed. São Paulo: Alta Books, 2021. ISBN 9788550808536.





6.1.7 – COM-063 – Comunicação e Expressão – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Desenvolver e aplicar raciocínio linguístico; compreender o conceito de variante linguística e a utilização da Variante Padrão (VP) e aplicação de regras nas situações que a exigem; compreender e aplicar o conceito de adequação linguística nos diferentes contextos cotidianos, orais e escritos; reconhecer diferentes gêneros e tipos textuais e suas características; aprimorar fluência, compreensão e produção de textos orais e escritos; produzir textos do gênero acadêmico, técnico e profissional.
- ▶ Comunicar-se na língua materna.

Objetivos de Aprendizagem

- ▶ Compreender a função da comunicação e da informação no contexto social e na área de formação do curso; desenvolver a capacidade de falar em público e organizar ideias de modo claro, preciso e criativo; demonstrar consciência linguística; diferenciar conceitos de variantes linguísticas; relacionar domínio de variante padrão aos conceitos de correção linguística e hipercorreção; identificar características específicas e gerais dos gêneros e tipologias textuais; ampliar competência de leitura e compreensão de textos, de expressão oral e escrita; compreender e aplicar tópicos relevantes de sintaxe, morfologia, ortografia e acentuação, de forma contextualizada; interpretar e produzir, com correção linguística, textos de diversos gêneros e tipos sobre temáticas atuais e multidisciplinares, inclusive em meios digitais; entender os processos de comunicação intertextual, hipertextual, multimodal e de multiletramento, com criticidade, estabelecendo associações e correlações de conhecimentos e experiências; analisar e produzir textos acadêmicos e técnicos mais utilizados na área de formação: artigo científico, resenha, resumo, relatório, portfólios, infográficos, mapas conceituais, entre outros.

Ementa

- ▶ Informação e comunicação: conceitos e aplicações; tipologias e gêneros textuais: definições, contextos, finalidades, textualização, intertextualização, hipertextualização, multimodalismo e multiletramento; compreensão e interpretação de textos e repertório de conhecimentos do leitor no processo de construção de sentidos para o texto; diferentes contextos de uso da língua e diversos gêneros textuais, inclusive digitais; língua e variações linguísticas, variantes padrão, de prestígio e sem prestígio, correção linguística e hipercorreção; variações linguísticas no contexto profissional: linguagem formal (utilização das marcas de estilo) e informal: níveis de linguagem aplicados a situações; gramática contextualizada a partir de textos e da língua em uso; estratégias de leitura, análise e produção de textos diversos, orais e escritos.

Metodologias Propostas

- ▶ Aulas expositivo-dialogadas; indicação de leituras prévias (sala de aula invertida); debates sobre leituras; produção textual colaborativa.

Instrumentos de Avaliação Propostos

- ▶ Avaliação da compreensão das leituras prévias por meio da participação em debates e em atividades em grupo; atividades de autocorreção dos textos produzidos; avaliação das competências socioemocionais, tais como: trabalho em equipe, comunicação, criatividade, entre outras.

Bibliografia Básica

- BRASILEIRO, A. M. M. Como produzir textos acadêmicos e científicos. São Paulo: Contexto, 2021. ISBN 9786555410051.
- VIEIRA, F. E.; FARACO, C. A. Escrever na universidade: fundamentos. São Paulo: Parábola Editorial, 2019. v. 1. ISBN 9788579341571.





- _____. Escrever na universidade: texto e discurso. 1. ed. São Paulo: Parábola editorial, 2019. v. 2. ISBN 9788579341700.

► **Bibliografia Complementar**

- NEVES, M. H. M. A **Gramática do português revelada em textos**. 1. ed. São Paulo: Editora UNESP, 2018. ISBN 9788539303960.
- RIBEIRO, A. E. **Multimodalidade, textos e tecnologias**: provocações para a sala de aula. 1 ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2021. ISBN 9786588519158.

6.1.8 – ING-241 – Inglês I – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Comunicar-se em língua estrangeira.
- Desenvolver comunicação interpessoal, compreensão e interpretação em situações que envolvam expressão de ideias, negociação, análise e elaboração de documentos na língua-alvo, na área de atuação profissional.

► **Objetivos de Aprendizagem**

- Reconhecer, fornecer e retransmitir informações pessoais e familiares, sobre locais, datas e horários, como em mensagens, avisos ou e-mails. Compreender e produzir instruções e comandos simples e familiares. Falar brevemente sobre si e descrever sentimentos. Perguntar e fornecer informações sobre rotina pessoal e de trabalho, apresentar-se e cumprimentar. Preencher formulários, de forma presencial ou on-line. Identificar aspectos socioculturais e interculturais das comunidades falantes da língua-alvo.

► **Ementa**

- Introdução às funções comunicativas da língua inglesa, de modo a desenvolver a compreensão e produção oral e escrita, com uso de estruturas léxico-gramaticais simples, abordando aspectos socioculturais, nos contextos pessoal, acadêmico, e na área de formação profissional

► **Metodologias Propostas**

- Aulas expositivo-dialogadas, apresentações orais, dramatização (role-play), gamificação e atividades em pares/grupos.

► **Instrumentos de Avaliação Propostos**

- Avaliação Diagnóstica (nivelamento); Avaliação Formativa - exercícios para prática e produção oral e escrita ao longo do curso (com feedback e plano de ações); Avaliação Somativa - provas ou trabalhos, individuais ou em grupo, que avaliem tanto a escrita e leitura, quanto a oralidade e compreensão auditiva.

► **Bibliografia Básica**

- HUGES, J. et al. Business result elementary: student's book with online practice. 2nd edition. New York: Oxford University Press, 2017. ISBN 9780194738668.
- O'KEEFFE, M. et al. Business partner A1: coursebook with digital resources. São Paulo: Pearson Universidades, 2020. ISBN 9781292233512.
- OXENDEN, C.; LATHAM-KOENIG, C. American english file 1: student's book Pk with online practice. 3rd edition. New York: Oxford University Press, 2019. ISBN 9780194906166.

► **Bibliografia Complementar**





- CARTER, R.; NUNAN, D. **Teaching english to speakers of other languages**. Cambridge: Cambridge University Press, 2015. ISBN 9781138824676.
- POWELL, M. et al. **In Company 3.0: elementary**. 3rd edition. São Paulo: Macmillan do Brasil, 2015. ISBN 9780230455009. |





6.2 Segundo Semestre

Sem.	Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais					Atividade Curricular de Extensão
					Presenciais		On-line		Total	
					Sala	Lab.	Sala	Lab.		
2º	1	PUM-001	Projeto Integrador para última milha	Presencial	24	16	-	-	40	33
	2	JLG-036	Modos de transporte do comércio eletrônico	Presencial	64	16	-	-	80	-
	3	BBE-011	Meio ambiente, social e governança	Presencial	64	16	-	-	80	-
	4	CON-021	Fundamentos de contabilidade	Presencial	24	16	-	-	40	-
	5	EST-058	Estatística aplicada a negócios digitais	Presencial	64	16	-	-	80	-
	6	DND-006	Direito para negócios digitais	Presencial	40	-	-	-	40	-
	7	MAT-033	Fundamentos de cálculo aplicado a negócios digitais	Presencial	40	-	-	-	40	-
	8	ADM-046	Comportamento do consumidor na era digital	Presencial	32	8	-	-	40	-
	9	ING-242	Inglês II	Presencial	40	-	-	-	40	-
Total de aulas do semestre					392	88	-	-	480	33

6.2.1 – PUM-001 – Projeto Integrador para última milha – Oferta Presencial – Total de 33 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Caracterizar o escopo de uma atividade operação de entrega de última milha do e-commerce, utilizando um ou mais modais, considerando os impactos no meio ambiente.
- ▶ Atuar de forma autônoma na realização de atividades profissionais e na execução de projetos.
- ▶ Administrar conflitos, quando necessário, estabelecer relações e propor um ambiente colaborativo, incentivando o trabalho em equipe.

Objetivos de Aprendizagem

- ▶ Aplicar os conhecimentos adquiridos sobre as principais atividades e recursos ligados ao comércio eletrônico, por meio de trabalhos ou projetos, visando a prática da interdisciplinaridade.

Ementa

- ▶ Características de um tipo de operação de entrega de última milha, empregando mais de um modal e seus impactos no meio ambiente.

Metodologias Propostas

- ▶ Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

Instrumentos de Avaliação Propostos

- ▶ Instrumentos de avaliação: As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

Bibliografia Básica

- FERNANDES, M. E. Negócios eletrônicos. São Paulo: Pearson, 2018. ISBN: 9788570160430.





- OLIVEIRA, B. Crie seu mercado no mundo digital. São Paulo: Gente, 2018. ISBN 8545202687
- STEFANO, N.; ZATTAR, I.C. E-commerce: conceitos, implementação e gestão. Curitiba: InterSaberes, 2016. ISBN 8559722084

► **Bibliografia Complementar**

- BACICH, L.; TANZI, A.; TREVISANI, F. M. **Ensino híbrido**: personalização e tecnologia na educação. Porto Alegre: Penso, 2015. 2015. ISBN 9788584290482
- CAMARGO, R. A.; RIBAS, T. **Gestão ágil de projetos**: as melhores soluções para as suas necessidades. Saraiva Uni, 2019. ISBN 8553131874

6.2.2 – JLG-036 – Modos de transporte do comércio eletrônico – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Planejar e coordenar a movimentação física, incluindo o gerenciamento de pessoas e dos fluxos de informações, observando o balanceamento entre custo e nível de serviço, visando atender às necessidades e expectativas do cliente.
- Desenvolver a visão sistêmica, identificando soluções, respeitando aspectos culturais, éticos, ambientais e sociais no âmbito local, regional e internacional.
- Evidenciar o uso de pensamento crítico em situações adversas.

► **Objetivos de Aprendizagem**

- Utilizar com eficiência e eficácia, os meios de entrega do comércio eletrônico, conjugando-os com os diversos tipos de instalações empregadas na distribuição de mercadorias ao cliente.

► **Ementa**

- Conceito e história dos transportes. Os modais atuais e as tendências futuras: infraestrutura; vias; veículos de carga (grande porte, médio porte, bicicletas, motocicletas, vans, veículos urbanos de carga, drones, robôs, dentre outros); terminais (armazéns e micro depósitos próprios e de terceiros do comércio eletrônico) e sua relação com o meio ambiente. Conceitos, diferenças e aplicações sobre operações intermodais e multimodais. Importância do contêiner na integração dos modais. Terminais do comércio eletrônico: localização; layout; instalações; equipamentos; produtos; tarifas e serviços; relação entre custos e nível de serviço. Peso cubado. Projeto de redes intermodais/multimodais no comércio eletrônico

► **Metodologias Propostas**

- Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

► **Instrumentos de Avaliação Propostos**

- Instrumentos de avaliação: As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

► **Bibliografia Básica**





- CAMPOS, Alexandre, GOULART, Verci Douglas Garcia. **Logística de transporte: Gestão estratégica no transporte de cargas**. 1.ed. Editora Érica, 2018. ISBN 9788536527376
- NOVAES, Antonio Galvão. Logística e Gerenciamento da Cadeia de Distribuição - Estratégia, Avaliação e Operação. 5.ed. São Paulo: GEN Atlas, 2021. ISBN 9788595157163
- VALENTE, A. M. **Gerenciamento de transporte e frotas**. 2ª ed. São Paulo: Cengage Learning, 2016. ISBN 9788522125142

• **Bibliografia Complementar**

- GOULART, V. D. G.; CAMPOS A. **Logística de transporte: gestão estratégica no transporte de cargas**. São Paulo: Érica, 2018. ISBN 8536527374.
- NOGUEIRA, A. S. **Logística empresarial**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2018. ISBN 9788597013634.

6.2.3 – BBE-011 – Meio ambiente, social e governança – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Identificar a inter-relação das atividades empresariais com o meio ambiente, tanto no que se refere à utilização de recursos escassos quanto aos aspectos ambientais, sociais e de governança.
- ▶ Desenvolver a visão sistêmica, identificando soluções, respeitando aspectos culturais, éticos, ambientais e sociais no âmbito local, regional e internacional.
- ▶ Elaborar, gerenciar e apoiar projetos, identificando oportunidades e avaliando os riscos inerentes.

• **Objetivos de Aprendizagem**

- Realizar as atividades do comércio eletrônico, privilegiando as dimensões ambientais, sociais e de governança.

• **Ementa**

Sustentabilidade ambiental: Abordagens sobre os conceitos e denominações. A função social da empresa. Princípios da boa governança. Economia circular. Conceitos de diversidade, inclusão e igualdade. Neutralização do CO₂. Estudo comparativo entre a rede distributiva tradicional e a rede verde nos diferentes modais. Benefícios e custos pelo uso de fontes de energia alternativa para operações do comércio eletrônico. Logística reversa: pós-venda; pós-consumo; manufatura. Estudo de norma ISO 14000 e Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS).

• **Metodologias Propostas**

- Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

• **Instrumentos de Avaliação Propostos**

- Instrumentos de avaliação: As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

• **Bibliografia Básica**





- CRUZ, A. Introdução ao ESG: meio ambiente, social e governança corporativa. São Paulo: Scortecci, 2022. ISBN 6555295503.
- LAGOAS, C. ESG: pilares da transformação ambiental, social e governança. São Paulo: Alta Gestão, 2021. ISBN 6599464858
- LEME, P. R. Logística reversa: sustentabilidade e competitividade. 3. ed. São Paulo: Saraiva Uni, 2017. ISBN 8547215042

• **Bibliografia Complementar**

- D'AGOSTO, M.; OLIVEIRA C. **Logística Sustentável**: vencendo o desafio contemporâneo da cadeia de suprimentos. São Paulo: GEN Atlas. 2021. ISBN 9788535288209
- WEETMAN, C; DE SERRA, A. C. C. **Economia Circular**: conceitos e estratégias para fazer negócios de forma mais inteligente, sustentável e lucrativa. São Paulo: Autêntica Business, 2019. ISBN 9788551305140

6.2.4 – CON-021 – Fundamentos de contabilidade – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Identificar os principais conceitos contábeis.
- ▶ Desenvolver e mobilizar o senso crítico.
- ▶ Operacionalizar atividades contábeis.

• **Objetivos de Aprendizagem**

Praticar abordagens a respeito do processo contábil e desenvolver habilidades de elaborar relatórios, analisar e utilizar as demonstrações contábeis/ financeira como instrumento de gestão.

• **Ementa**

- Introdução à contabilidade (raciocínio contábil). Patrimônio e suas particularidades. Planos de contas. Método das partidas dobradas. Eventos permutativos, contas e demonstrativos patrimoniais. Eventos modificativos, contas e demonstrativos de resultados. Receitas e despesas. Introdução aos conceitos de custo. Cálculo do desgaste dos ativos, depreciação, amortização e exaustão. Balanço. Provisões e distribuição de resultados.

• **Metodologias Propostas**

- Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

• **Instrumentos de Avaliação Propostos**

- Instrumentos de avaliação: As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

• **Bibliografia Básica**





- IUDICIBUS, S.; MARION, J. C. Curso de contabilidade para não contadores: para as áreas de administração, economia, direito e engenharia. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2022. E-book. ISBN 9786559773183.
- MARION, J. C. Contabilidade básica. 13. ed. São Paulo: Atlas, 2022. ISBN 9786559773213
- SZUSTER, N. et al. Contabilidade geral: introdução à contabilidade societária. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2013, 522 p. ISBN 9788522473199.

► **Bibliografia Complementar**

- IUDICIBUS, S.; MARTINS, E. **Contabilidade introdutória**: livro texto. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2019. ISBN 9788597019926.
- _____. **Contabilidade introdutória**: livro de exercícios. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2019. ISBN 859701993X.

6.2.5 – EST-058 – Estatística aplicada a negócios digitais – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Correlacionar conhecimentos matemáticos e sua aplicação nos negócios digitais.
- Demonstrar capacidade de resolver problemas complexos e propor soluções criativas e inovadoras.

► **Objetivos de Aprendizagem**

- Compreender os aspectos de gestão de pessoas em equipes de trabalho em modelos de negócios digitais com foco em resultados.

► **Ementa**

- Estatística descritiva. Gráficos setoriais, Histogramas, Box-plot. Medidas de posição e de dispersão. Regressão linear simples, Noções de probabilidades, Noções de variáveis aleatórias e discretas, Distribuição de probabilidades, Noções de variáveis aleatórias e contínuas, Distribuição normal. Introdução à inferência estatística.

► **Metodologias Propostas**

- Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

► **Instrumentos de Avaliação Propostos**

- Instrumentos de avaliação: As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

► **Bibliografia Básica**

- ANDERSON, D.R. et al. Estatística aplicada à administração e economia. 5. Ed. São Paulo: Cengage Learning, 2021. ISBN 9786555583243
- LARSON, R.; FARBER, B. Estatística Aplicada. 6. ed. São Paulo: Pearson, 2016 ISBN 8543004772.





- MORETTIN, P. A.; BUSSAB, W. A. Estatística Básica. São Paulo: Saraiva, 2017. ISBN 8547220224

▶ **Bibliografia Complementar**

- LEVINE, D. M.; BERENSON, M. L.; STEPHAN, D. F. **Estatística: Teoria e Aplicações** - usando Microsoft Excel. 7. Ed. Rio de Janeiro: LTC, 2016. ISBN 9788521630678
- OLIVEIRA, F. E. M. de. **Estatística E Probabilidade: Com Ênfase Em Exercícios Resolvidos e Propostos**. 3. Ed. Rio de Janeiro: LTC, 2017. ISBN 8521633645

6.2.6 – DND-006 – Direito para negócios digitais – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Desenvolver a visão sistêmica, identificando soluções, respeitando aspectos culturais, éticos, ambientais e sociais no âmbito local, regional e internacional;
- ▶ Administrar conflitos, quando necessário, estabelecer relações e propor um ambiente colaborativo, incentivando o trabalho em equipe
- ▶ Utilizar conceitos de Direito voltados para negócios digitais;
- ▶ Identificar e aplicar os princípios do Direito, relevantes à gestão empresarial, a fim de subsidiar diversos aspectos inerentes à área de negócios digitais

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

- ▶ Conduzir o estudante a conhecer o direito para negócios digitais, bem como saber atuar segundo as normas e diante de omissões legislativas, decorrentes de conflitos emergentes próprios de relações jurídicas intermediadas pelas novas tecnologias.

▶ **Ementa**

- ▶ Noções de direito, moral e ética. Desenvolvimento da sociedade informacional e a atuação do direito das novas tecnologias da informação e comunicação (TIC). Fundamentos do direito empresarial, do direito contratual e do direito do trabalho. Comércio eletrônico e novas formas de pagamento. Tutela do consumidor no ambiente digital. Internet: aspectos constitucionais, neutralidade da rede, liberdade de acesso, privacidade e proteção do usuário. Marco Civil da Internet. Delitos e responsabilidade na rede. Direito ao esquecimento. Lei Geral de Proteção de Dados. Direito à proteção de dados pessoais. Tratamento de dados pessoais. Lei de Acesso à Informação. Internet e o direito do autor. Internet e o direito da propriedade intelectual.

▶ **Metodologias Propostas**

- ▶ Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

- ▶ Instrumentos de avaliação: As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

▶ **Bibliografia Básica**





- MAGRO, A. R.; SOUZA, L. A. Manual de Direito Digital. 2. ed. Salvador: Juspodivm, 2022. ISBN 8544237266.
- PINHEIRO, P. P. Direito Digital. 7. ed. São Paulo: Saraiva Jur, 2021. ISBN 9786555594782
- TEIXEIRA, T. Direito Digital e Processo Eletrônico. 6. ed. São Paulo: Saraiva Jur, 2022. ISBN 6555596937.

• **Bibliografia Complementar**

- LOPES, A. M. **Direito Digital e LGPD na Prática**. 2. ed. Leme: Rumo Jurídico, 2022. ISBN 8567120411
- SALES, F. A. V. B. **Direito Digital: e as relações jurídicas privadas na internet**. 1. ed. Leme: Mizuno, 2022. ISBN 9786555263367

6.2.7 – MAT-033 – Fundamentos de cálculo aplicado a negócios digitais – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Correlacionar conhecimentos matemáticos e sua aplicação nos negócios digitais.
- ▶ Demonstrar capacidade de resolver problemas complexos e propor soluções criativas e inovadoras.

• **Objetivos de Aprendizagem**

- Aplicar conceitos de Cálculo Diferencial e Integral de funções de uma variável para análise e tomada de decisão em negócios digitais.

• **Ementa**

- Taxa de variação média e taxa de variação instantânea de funções de uma variável (custo, população, lucro, preço, venda oferta e demanda). Derivadas aplicadas a situações-problemas para obtenção de máximos (lucro, receita, produtividade e eficiência, oferta e demanda, lote econômico, melhor preço de venda, levando em conta o custo fixo e variável) e mínimos (custo, risco, espaço, preço, dentre outros.). Ponto de equilíbrio (despesas x receitas). Integrais aplicadas ao cálculo de áreas de pontos de venda, mini depósitos intermediários do comércio eletrônico, e cálculo de valores a partir da taxa de variação instantânea.

• **Metodologias Propostas**

- Aulas expositivo-dialogadas, apresentações orais, dramatização (role-play), gamificação e atividades em pares/grupos.

• **Instrumentos de Avaliação Propostos**

- Avaliação Diagnóstica (nivelamento); Avaliação Formativa - exercícios para prática e produção oral e escrita ao longo do curso (com feedback e plano de ações); Avaliação Somativa - provas ou trabalhos, individuais ou em grupo, que avaliem tanto a escrita e leitura, quanto a oralidade e compreensão auditiva.

• **Bibliografia Básica**

- LARSON, R. Cálculo aplicado: curso rápido. 2; ed. São Paulo: Cengage Learning, 2016. ISBN 8522107343
- LEITE, A. Aplicações da matemática: administração, economia e ciências contábeis. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2015. ISBN 8522119899





- STEWART, J. Cálculo. Tradução da oitava edição norte-americana, v. 1. São Paulo: Cengage Learning, 2017. ISBN 852212583X

▸ **Bibliografia Complementar**

- BASSANEZZI, R. C. **Introdução ao cálculo e aplicações**. São Paulo: Contexto, 2015. ISBN 8572449094
- ROGAWSKI, J.; ADAMS, C. **Cálculo**: volume 1. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2018. ISBN 9788582604595

6.2.8 – ADM-046 – Comportamento do consumidor na era digital – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Aplicar as boas práticas específicas da disciplina, no sentido de agregar valor ao produto, aos serviços e ao cliente
- Empreender ações inovadoras, analisando criticamente organização, antecipando e promovendo transformações.

▸ **Objetivos de Aprendizagem**

- Compreender as características do comportamento do consumidor da era digital, de forma a orientar ações para sua busca, atração e fidelização.

▸ **Ementa**

- Perfil do novo consumidor digital. Modelos de decisão de compra. Boas práticas de busca, atração e fidelização do consumidor da era digital. Conceitos teóricos e práticos sobre a área de vendas. O engajamento entre marca e o consumidor digital.

▸ **Metodologias Propostas**

- Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

▸ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

- Instrumentos de avaliação: As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

▸ **Bibliografia Básica**

- BEZERRA, L. L.; SILVA, J. L.; D. Comportamento do consumidor na era digital. Curitiba: InterSaberes, 2021. ISBN 6555174323
- LIMEIRA, T. M. O comportamento do consumidor brasileiro. 2. ed. São Paulo: Saraiva Uni, 2017. ISBN 8547215093
- SOLOMON, M. R. O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo. 11. ed. Porto Alegre: Bookman, 2016. ISBN 8582603673

▸ **Bibliografia Complementar**





- BRIDGER, D. **Neuromarketing**: como a neurociência aliada à ciência do design pode aumentar o engajamento e a influência sobre os consumidores. São Paulo: Autêntica Business, 2018. ISBN 8551304402
- LINDSTROM, M. **A lógica do consumo**: verdades e mentiras sobre porque compramos. Rio de Janeiro: Harper Collins, 2018. ISBN 8595082669

6.2.9 – ING-242 – Inglês II – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Comunicar-se em língua estrangeira.
- ▶ Desenvolver comunicação interpessoal, compreensão e interpretação em situações que envolvam expressão de ideias, negociação, análise e elaboração de documentos na língua-alvo, na área de atuação profissional

Objetivos de Aprendizagem

- ▶ Identificar ideia principal e produzir notas, avisos ou mensagens simples. Descrever rotina, objetos, pessoas e locais familiares; fornecer e pedir informação pessoal e de dados numéricos; relatar problemas e fazer solicitações, tanto em meio físico quanto virtual. Seguir instruções e identificar o assunto tratado em textos simples e/ou figuras. Manter conversação básica, emitir e solicitar opinião, demonstrar interesse e compreensão; usar expressões temporais, estruturas gramaticais simples e conectivos básicos.

Ementa

Prática das funções comunicativas da língua inglesa, por meio da compreensão e produção oral e escrita, com uso de estruturas léxico-gramaticais simples, abordando aspectos socioculturais, nos contextos pessoal, acadêmico, e na área de formação profissional

Metodologias Propostas

- ▶ Aulas expositivo-dialogadas, apresentações orais, dramatização (role-play), gamificação e atividades em pares/grupos.

Instrumentos de Avaliação Propostos

- ▶ **Avaliação** Formativa - exercícios para prática e produção oral e escrita ao longo do curso (com feedback e plano de ações); Avaliação Somativa - provas ou trabalhos, individuais ou em grupo, que avaliem tanto a escrita e leitura, quanto a oralidade e compreensão auditiva.

Bibliografia Básica

- HUGES, J. et al. Business result elementary: student's book with online practice. 2nd edition. New York: Oxford University Press, 2017. ISBN 9780194738668.
- O'KEEFE, M. et al. Business partner A1: coursebook with digital resources. São Paulo: Pearson Universidades, 2020. ISBN 9781292233512.
- OXENDEN, C.; LATHAM-KOENIG, C. American english file 1: student's book Pk with online practice. 3rd edition. New York: Oxford University Press, 2019. ISBN 9780194906166.

Bibliografia Complementar





- CARTER, R.; NUNAN, D. **Teaching english to speakers of other languages**. Cambridge: Cambridge University Press, 2015. ISBN 9781138824676.
- POWELL, M. et al. **In Company 3.0: elementary**. 3rd edition. São Paulo: Macmillan do Brasil, 2015. ISBN 9780230455009. |





6.3 Terceiro Semestre

Sem.	Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais					Atividade Curricular de Extensão
					Presenciais		On-line		Total	
					Sala	Lab.	Sala	Lab.		
3º	1	PDE-001	Projeto Integrador de demanda e estoques	Presencial	24	16	-	-	40	33
	2	MPO-009	Pesquisa operacional para negócios digitais	Presencial	56	24	-	-	80	-
	3	ECN-022	Economia e finanças para negócios digitais	Presencial	80	-	-	-	80	-
	4	ECN-023	Previsão de demanda e gestão de estoques do comércio eletrônico	Presencial	56	24	-	-	80	-
	5	AGQ-037	Fundamentos de gestão da qualidade	Presencial	40	-	-	-	40	-
	6	AGF-047	Fundamentos de gestão financeira para negócios digitais	Presencial	32	8	-	-	40	-
	7	ESP-077	Espanhol I	Presencial	40	-	-	-	40	-
	8	ING-243	Inglês III	Presencial	40	-	-	-	40	-
	9	INF-058	Sistemas de gerenciamento eletrônico	Presencial	32	8	-	-	40	-
	Total de aulas do semestre					400	80	-	-	480

6.3.1 – PDE-001 – Projeto Integrador de demanda e estoques – Oferta Presencial – Total de 33 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Dimensionar e gerir recursos vinculados às operações de negócios digitais e propor soluções.
- ▶ Demonstrar capacidade de resolver problemas complexos e propor soluções criativas e inovadoras

Objetivos de Aprendizagem

- ▶ Aplicar os conhecimentos adquiridos nas diversas disciplinas do semestre em curso, através de trabalhos ou projetos, visando a prática da interdisciplinaridade.

Ementa

- ▶ Previsão de demanda e dimensionamento de estoques; otimização de processos; aplicação dos fundamentos da qualidade.

Metodologias Propostas

- ▶ Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

Instrumentos de Avaliação Propostos

- ▶ Instrumentos de avaliação: As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

Bibliografia Básica

- BOWERSOX, D. J.; CLOSS, D. J. Logística Empresarial: o processo de integração da cadeia de suprimento. 4. ed. São Paulo: AMGH, 2013 ISBN 8522428778.





- CHRISTOPHER, M. Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos. São Paulo: Cengage Learning, 2018. ISBN 852212731X
- FERNANDES, M. E. Negócios eletrônicos. São Paulo: Pearson, 2018. ISBN 9788570160430

• **Bibliografia Complementar**

- BACICH, L.; TANZI, A.; TREVISANI, F. M. **Ensino híbrido**: personalização e tecnologia na educação. Porto Alegre: Penso, 2015. ISBN 2015. 9788584290482
- CAMARGO, R. A.; RIBAS, T. **Gestão ágil de projetos**: as melhores soluções para as suas necessidades. São Paulo: Saraiva Uni, 2019. ISBN 8553131874

6.3.2 – MPO-009 – Pesquisa operacional para negócios digitais – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Modelar soluções para otimizar e racionalizar os processos de negócios digitais.
- ▶ Demonstrar capacidade de resolver problemas complexos e propor soluções criativas e inovadoras

• **Objetivos de Aprendizagem**

- Conhecer e aplicar as ferramentas da pesquisa operacional para solução de problemas de negócios digitais.

• **Ementa**

- Fundamentos da Pesquisa Operacional e Ciência de Gestão. Modelos Lineares. Otimização. Métodos de solução gráfica e algoritmo simplex. Dualidade. Análise de Sensibilidade. Ferramentas de Tecnologia da Informação para modelagem e otimização de problemas de programação linear. Localização de armários inteligentes (*lockers*) em malha urbana (estudo de caso)

• **Metodologias Propostas**

- Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

• **Instrumentos de Avaliação Propostos**

- Instrumentos de avaliação: As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

• **Bibliografia Básica**

- ANDRADE, E. Leopoldino de. Introdução à Pesquisa Operacional: Métodos e Modelos para Análise de Decisões. 5.ed. São Paulo: LTC, 2015. 9788521629429.
- COLLIN, E. C. Pesquisa Operacional: 170 Aplicações em Estratégia, Finanças, Logística, Produção, Marketing e Vendas. São Paulo: Atlas, 2017. ISBN 9788597014358.
- RAGSDALE, C. T. **Modelagem de planilha e análise de decisão**: uma Introdução prática a *business analytics*. São Paulo: Cengage Do Brasil, 2014. ISBN 9788522117741





- **Bibliografia Complementar**
- BARBOSA, M. A., ZANARDINI, R. A. D. **Iniciação à pesquisa operacional no ambiente de gestão**. 3.ed. Curitiba: InterSaberes, 2015. ISBN 9788544302187.
- HILLIER, F. S.; LIEBERMAN, G. J. **Introdução à Pesquisa Operacional**. Rio de Janeiro: McGraw Hill Brasil, 2013. ISBN 9788580551181

6.3.3 – ECN-022 – Economia e finanças para negócios digitais – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Identificar os contextos econômicos nos âmbitos regional, nacional e internacional, a fim de relacionar seus impactos na sociedade e nas organizações.
- ▶ Demonstrar capacidade de resolver problemas complexos e propor soluções criativas e inovadoras.
- ▶ Evidenciar o uso de pensamento crítico em situações adversas.

Objetivos de Aprendizagem

- Compreender as principais teorias econômicas para a elaboração de análise crítica do comportamento das principais variáveis econômicas, das estruturas de mercado, da economia de empresa e dos aspectos financeiros, com vistas a uma participação proativa na tomada de decisão na gestão de negócios digitais.

Ementa

- Conceitos de economia; microeconomia; macroeconomia; sistemas econômicos; relações econômicas internacionais; empresa e ambiente; formação de estratégias e avaliação econômica de negócios digitais; principais fatores econômicos de alavancagem de negócios digitais; função financeira na gestão; demonstrativos financeiros de negócios digitais, melhoria dos resultados; avaliação e viabilidade de investimentos; análise de risco para implantação de um negócio de comércio eletrônico.

Metodologias Propostas

- Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

Instrumentos de Avaliação Propostos

- Instrumentos de avaliação: As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

Bibliografia Básica

- BRUNI, A. L. Avaliação de investimentos. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2018. ISBN 9788597018127
- MANKIW, N. G. Introdução à economia. São Paulo: Cengage Learning, 2019. ISBN 8522127913
- VASCONCELLOS, M. A. S.; GARCIA, M. E. Fundamento de Economia. São Paulo: Saraiva, 2018. ISBN 9788553131723.

Bibliografia Complementar

- ASSAF NETO, A. **Estruturas e análise de balanços**: Um enfoque econômico-financeiro. São Paulo: Atlas, 2020. ISBN 9788597024456





- MILL, A. **Tudo o que você precisa saber sobre economia**. São Paulo: Gente, 2017. ISBN 8545201699 |

6.3.4 – ECN-023 – Previsão de demanda e gestão de estoques do comércio eletrônico – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Dimensionar e gerir recursos vinculados às operações de negócios digitais e propor soluções.
- ▶ Demonstrar capacidade de resolver problemas complexos e propor soluções criativas e inovadoras

Objetivos de Aprendizagem

- ▶ Prever a demanda de produtos do comércio eletrônico, através do uso de ferramentas estatísticas, baseando-se no plano de vendas, de forma a dimensionar o estoque.

Ementa

- ▶ O papel dos estoques na empresa; tipos de estoque; custo dos estoques (lote econômico); classificação ABC dos estoques; estoques de segurança; Sistemas de reposição periódica; Importância do estoque no nível de serviço ao cliente. Métodos de previsão de demanda. Cadastro Mestre de Materiais. Gestão de materiais do comércio eletrônico.

Metodologias Propostas

- ▶ Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

Instrumentos de Avaliação Propostos

- ▶ Instrumentos de avaliação: As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

Bibliografia Básica

- DIAS, P. M. A. **Administração de Materiais: uma abordagem logística**. 7. ed. – São Paulo: Atlas, 2019. ISBN 8597021713 |
- GONÇALVES, P.S. **Administração de Materiais**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2020. ISBN 9788595151123 |
- WESLEY, J. **Noções de Administração de Recursos Materiais Para Concursos**. Brasília: Alumnus, 2019. 9788584230976 |

Bibliografia Complementar

- CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Materiais - Uma Abordagem Introdutória**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2022. ISBN 9786559772551
- POZO, H. **Administração de recursos materiais e patrimoniais: uma abordagem logística**, 7. ed. São Paulo: Atlas, 2017. ISBN 9788522459018 |





6.3.5 – AGQ-037 – Fundamentos de gestão da qualidade – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Aplicar as boas práticas específicas da disciplina, no sentido de agregar valor ao produto, aos serviços e ao cliente.
- ▶ Desenvolver a visão sistêmica, identificando soluções, respeitando aspectos culturais, éticos, ambientais e sociais no âmbito local, regional e internacional.
- ▶ Evidenciar o uso de pensamento crítico em situações adversas.

Objetivos de Aprendizagem

- ▶ Adotar a prática das normas para a qualidade, visando as certificações e recertificações das normas ISO, assim como saber empregar as ferramentas da qualidade em projetos de produtos ou serviços, com foco no atendimento aos requerimentos do mercado.

Ementa

- ▶ Conceitos e evolução da Qualidade; Gestão da Qualidade Total; Ferramentas e Procedimentos da Qualidade; Estudo das principais normas; Custos da Qualidade; Indicadores de Qualidade; Noções de Controle Estatístico do Processo; Auditoria no sistema de Gestão; Programas de Melhoria da Qualidade. Solução de um problema de devolução do comércio eletrônico, com o uso de metodologia kaizen.

Metodologias Propostas

- ▶ Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

Instrumentos de Avaliação Propostos

- ▶ Instrumentos de avaliação: As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

Bibliografia Básica

- CARPINETTI, L.C.R. Gestão da Qualidade: conceitos e técnicas. São Paulo: Atlas, 2016. ISBN 9788597003918.
- JURAN, J. M. A. Fundamentos da qualidade para líderes. Porto Alegre: Bookman, 2015. ISBN 9788582603451.
- VIEIRA FILHO, G. Gestão da Qualidade Total. 6. ed. Campinas, SP: Ed. Alínea, 2019. ISBN 9788575168387.

Bibliografia Complementar

- LOBO, R. N. **Gestão da Qualidade**. São Paulo: Érica, 2019. ISBN 8536532599
- PALADINI, E. P. **Gestão da qualidade: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2019. ISBN 9788597021578





6.3.6 – AGF-047 – Fundamentos de gestão financeira para negócios digitais – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Correlacionar conhecimentos matemáticos, na área de finanças e sua aplicação nos negócios digitais.
- ▶ Demonstrar capacidade de resolver problemas complexos e propor soluções criativas e inovadoras
- ▶ Atuar de forma autônoma na realização atividades profissionais e na execução de projetos.

Objetivos de Aprendizagem

- ▶ Realizar cálculos para solução de problemas financeiros usando métodos dedutivos; desenvolver conceitos e ferramentas para análise de investimentos; operar planilhas eletrônicas.

Ementa

- ▶ Juros simples e compostos. Classificação das taxas de juros. Desconto de títulos. Índices financeiros. Rendas. Amortização de empréstimo. Métodos de análise de investimentos. Substituição de equipamento. Leasing. Gestão financeira aplicada, com o uso de planilhas eletrônicas, baseada em estudo de casos do comércio eletrônico.

Metodologias Propostas

- ▶ Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

Instrumentos de Avaliação Propostos

- ▶ Instrumentos de avaliação: As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

Bibliografia Básica

- ASSAF NETO, A. Matemática financeira e suas aplicações. 15ª. ed. São Paulo: Atlas. 2022. ISBN 9786559773237
- FEIJÓ, R. Matemática Financeira com Conceitos Econômicos e Cálculo Diferencial. São Paulo: Atlas, 2018. ISBN 9788522499489.
- VANNUCCI, Luiz Roberto. Matemática Financeira e Engenharia Econômica: princípios e aplicações. 2.ed. São Paulo: Edgard Blucher, 2017. ISBN 9788521209874.

Bibliografia Complementar

- ▶ CASTANHEIRA, N. P.. **Cálculo aplicado à gestão e aos negócios**. 1.ed. São Paulo: InterSaberes, 2016. ISBN 9788559721041
- ▶ PUCCINI, A. de L. **Matemática financeira**: Objetiva e aplicada. 11.ed. São Paulo: Saraiva Uni, 2022. ISBN 9786587958057





6.3.7 – ESP-077 – Espanhol I – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Comunicar-se em língua estrangeira.
- ▶ Desenvolver comunicação interpessoal, compreensão e interpretação em situações que envolvam expressão de ideias, negociação, análise e elaboração de documentos na língua-alvo, na área de atuação profissional.

Objetivos de Aprendizagem

- ▶ Interagir utilizando as habilidades comunicativas básicas: falar sobre si mesmo e sobre temas cotidianos. Compreender e produzir textos utilizados em situações comunicativas concretas e previstas, nas esferas do cotidiano e em diferentes âmbitos profissionais. Adquirir e utilizar os recursos linguísticos orais e escritos (textuais, sintáticos, léxicos, morfológicos e fonéticos). Compreender a diversidade cultural dos países hispano-falantes e seu contraste com nossa cultura.

Ementa

Introdução às funções comunicativas da língua espanhola para fins específicos, com ênfase na compreensão e produção de gêneros discursivos orais, escritos e multimodais, em consonância com as situações profissionais específicas, de modo a utilizar estruturas léxico-gramaticais simples, considerando aspectos socioculturais do mundo hispânico e as variantes da língua, nos contextos pessoal, acadêmico, e na área de formação profissional.

Metodologias Propostas

- ▶ Aulas expositivo-dialogadas, apresentações orais, dramatização (role-play), gamificação e atividades em pares/grupos.

Instrumentos de Avaliação Propostos

- ▶ Avaliação diagnóstica (nivelamento). Avaliação formativa: exercícios para prática e produção oral e escrita ao longo do curso (com feedback e plano de ações). Avaliação somativa: provas ou trabalhos, individuais ou em grupo, que avaliem tanto a escrita e leitura, quanto a oralidade e compreensão auditiva.

Bibliografia Básica

- CASTRO, F. Uso de la gramática española: nivel elemental. Nueva edición. Madrid: Edelsa, 2020. ISBN 9783125358539.
- FERNÁNDEZ, A. N.; PROST, G. N. Al di@: curso inicial de español para los negocios. Madrid: SGEL, 2015. ISBN 9788497782913.
- PRADA, M; MARCÉ, P. Entorno laboral: nivel A1/B1. Español lengua extranjera. Edición ampliada. Madrid: Edelsa Grupo Didascalía S.A., 2017. ISBN 9788490816066.

Bibliografia Complementar

- ▶ LAGO, A. F.; LÓPEZ, C. I. R.; HERNÁNDEZ, A. M. C. **Español para el comercio mundial del siglo XXI: términos y expresiones esenciales em el mundo de los negocios.** Editorial Edinumen, 2015. ISBN 9788498486346.
- ▶ PALOMINO, M. A. **Correo comercial: técnicas y usos.** Madrid: Edelsa, 2015. ISBN 9788490816004.





6.3.8 – ING-243 – Inglês III – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Comunicar-se em língua estrangeira.
- ▶ Desenvolver comunicação interpessoal, compreensão e interpretação em situações que envolvam expressão de ideias, negociação, análise e elaboração de documentos na língua-alvo, na área de atuação profissional.

Objetivos de Aprendizagem

- ▶ Compreender e produzir textos simples, tais como comunicados, descrições, instruções e publicações, em meios físicos e/ou virtuais. Identificar e resumir os pontos principais de textos simples, orais ou escritos; interpretar dados numéricos. Descrever eventos passados. Participar de entrevista simples, destacando habilidades, qualidades e responsabilidades. Manter conversação sobre seus gostos e hobbies, demonstrar compreensão e pedir opinião.

Ementa

- ▶ Desenvolvimento das funções comunicativas da língua inglesa, por meio da compreensão e produção oral e escrita, com uso de estruturas léxico-gramaticais apropriadas, abordando aspectos socioculturais, nos contextos pessoal, acadêmico, e na área de formação profissional.

Metodologias Propostas

- ▶ Aulas expositivo-dialogadas, apresentações orais, dramatização (role-play), gamificação e atividades em pares/grupos.

Instrumentos de Avaliação Propostos

- ▶ Avaliação Formativa - exercícios para prática e produção oral e escrita ao longo do curso (com feedback e plano de ações); Avaliação Somativa - provas ou trabalhos, individuais ou em grupo, que avaliem tanto a escrita e leitura, quanto a oralidade e compreensão auditiva.

Bibliografia Básica

- HUGES, J. et al. Business result elementary: student's book with online practice. 2nd edition. New York: Oxford University Press, 2017. ISBN 9780194738668.
- O'KEEFFE, M. et al. Business partner A2: coursebook with digital resources. São Paulo: Pearson Universidades, 2020. ISBN 9781292233529.
- OXENDEN, C.; LATHAM-KOENIG, C. American english file 1. Student's book Pk with online practice. 3rd edition. New York: Oxford University Press, 2019. ISBN 9780194906166.

Bibliografia Complementar

- CARTER, R.; NUNAN, D. **Teaching english to speakers of other languages**. Cambridge: Cambridge University Press, 2015. ISBN 9781138824676.
- POWELL, M. et al. **In Company 3.0: elementary**. 3rd edition. São Paulo: Macmillan do Brasil, 2015. ISBN 9780230455009.





6.3.9 – INF-058 – Sistemas de gerenciamento eletrônico – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Aplicar as boas práticas específicas da disciplina, no sentido de agregar valor ao produto, aos serviços e ao cliente.
- ▶ Demonstrar capacidade de resolver problemas complexos e propor soluções inovadoras.

Objetivos de Aprendizagem

- ▶ Gerir negócios eletrônicos, levando em conta as necessidades de uma loja virtual, processos de pagamento e relacionamento com o cliente. Conhecer e entender os relacionamentos entre os sistemas de gerenciamento eletrônico, tais como o de gestão da cadeia de suprimentos (SCM), gestão de relacionamento com o cliente (CRM), gestão do conhecimento e o sistema integrado de gestão (ERP).

Ementa

Negócios eletrônicos. Divulgação e parcerias no ambiente virtual. Processos de pagamento digitais. Gerenciamento de negócios eletrônicos. Segurança e ética nos negócios eletrônicos

Metodologias Propostas

- ▶ Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

Instrumentos de Avaliação Propostos

- ▶ Instrumentos de avaliação: As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

Bibliografia Básica

- FERNANDES, M. E. (org.) Negócios eletrônicos. São Paulo: Pearson, 2018. ISBN 9788570160430
- OLIVEIRO, C. A. J.; DEGHI, G. J. E-commerce: Princípios para o desenvolvimento e gerenciamento de uma loja virtual. São Paulo: Érica, 2014. ISBN 8536511079
- ROGERS, D.L. Transformação digital: repensando o seu negócio para era digital. São Paulo: Autêntica Business, 2017. ISBN 9788551302729

Bibliografia Complementar

- OLIVEIRA, B. Crie seu mercado no mundo digital. São Paulo: Gente, 2018. . ISBN 8545202687
- STEFANO, N.; ZATTAR, I.C. E-commerce: conceitos, implementação e gestão. Curitiba: InterSaberes, 2016. ISBN 8559722084





6.4 Quarto Semestre

Sem.	Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais					Atividade Curricular de Extensão
					Presenciais		On-line		Total	
					Sala	Lab.	Sala	Lab.		
4º	1	PND-001	Projeto integrador de serviços para	Presencial	24	16	-	-	40	33
	2	ADM-047	Modelagem de processos quantitativos em negócios digitais	Presencial	56	24	-	-	80	-
	3	AGS-029	Gestão de serviços para negócios digitais	Presencial	80	-	-	-	80	-
	4	ADM-048	Sistemas e estruturas de operações do comércio eletrônico	Presencial	56	24	-	-	80	-
	5	AGF-048	Gestão fiscal para negócios digitais	Presencial	40	-	-	-	40	-
	6	JLG-037	Sistemas de embalagens para o comércio eletrônico	Presencial	32	8	-	-	40	-
	7	ESP-078	Espanhol II	Presencial	40	-	-	-	40	-
	8	ING-244	Inglês IV	Presencial	40	-	-	-	40	-
	9	PMA-022	Princípios de marketing digital	Presencial	40	-	-	-	40	-
Total de aulas do semestre					408	72	-	-	480	33

6.4.1 – PND-001 – Projeto integrador de serviços para negócios digitais – Oferta Presencial – Total de 33 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Dimensionar e gerir recursos vinculados às operações de negócios digitais e propor soluções.
- ▶ Empreender ações inovadoras, analisando criticamente a organização, antecipando e promovendo transformações.
- ▶ Administrar conflitos, quando necessário, estabelecer relações e propor um ambiente colaborativo, incentivando o trabalho em equipe.

Objetivos de Aprendizagem

- ▶ Aplicar os conhecimentos adquiridos nas diversas disciplinas do semestre em curso, através de trabalhos ou projetos, visando a prática da interdisciplinaridade.

Ementa

- ▶ Elaboração de projetos de serviços voltados para o comércio eletrônico, levando em conta sistemas e estruturas correlatas, a gestão fiscal e o uso de embalagens inteligentes.

Metodologias Propostas

- ▶ Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

Instrumentos de Avaliação Propostos

- ▶ As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

Bibliografia Básica

- FERNANDES, M. E. Negócios eletrônicos. São Paulo: Pearson, 2018. ISBN 9788570160430





- OLIVEIRO, C. A. J.; DEGHI, G. J. E-commerce: Princípios para o desenvolvimento e gerenciamento de uma loja virtual. São Paulo: Érica, 2014. ISBN 8536511079.
- MAXIMIANO, A.C.A. Teoria Geral da Administração: da revolução urbana à revolução digital, 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017. ISBN 8597010711 }

► **Bibliografia Complementar**

- CAMARGO, R. A.; RIBAS, T. **Gestão ágil de projetos**: as melhores soluções para as suas necessidades. Saraiva Uni, 2019. ISBN 8553131874
- ROGERS, D.L. **Transformação digital**: repensando o seu negócio para era digital. Autêntica Business, 2017. ISBN 9788551302729 }

6.4.2 – ADM-047 – Modelagem de processos quantitativos em negócios digitais – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Modelar soluções para otimizar e racionalizar os processos de negócios digitais.
- Demonstrar capacidade de resolver problemas complexos e propor soluções criativas e inovadoras.
- Atuar de forma autônoma na realização atividades profissionais e na execução de projetos

► **Objetivos de Aprendizagem**

- Identificar oportunidades e aplicar ferramentas quantitativas de gestão para apoio à decisão nos processos digitais.

► **Ementa**

- Noções da teoria dos grafos na modelagem de problemas em redes. Otimização de problemas de redes de malha urbana, programação de serviços, rede PERT, pesquisa de menor caminho, fluxo máximo. Problema de Transbordo. Programação Inteira e binária. Problemas de atribuição de tarefas. Analytic Hierarchy Process (AHP). Ferramentas de Tecnologia da Informação para modelagem e otimização de negócios digitais.

► **Metodologias Propostas**

- Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

► **Instrumentos de Avaliação Propostos**

- As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

► **Bibliografia Básica**

- ANDRADE, E. L. **Introdução à pesquisa operacional, métodos e modelos análise de decisões**. São Paulo: LTC, 2015. 9788521629429
- GOMES, C. F. S., GOMES; Luiz MONTEIRO, L. F. A. **Princípios e Métodos para Tomada de Decisão Enfoque Multicritério**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2019. ISBN 9788597018462.





- **RAGSDALE, C. T.** Modelagem de planilha e tomada de decisão: **uma introdução prática e business analytics**. 7ª. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2014. ISBN 9788522117741

• **Bibliografia Complementar**

- COLIN, E. C. **Pesquisa Operacional**: 170 Aplicações em Estratégia, Finanças, Logística, Produção, Marketing e Vendas. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2017. 9788597014358
- LACHERMACHER, G. **Pesquisa Operacional na Tomada de Decisões**. 5.ed. São Paulo: LTC, 2016. 9788521630319

6.4.3 – AGS-029 – Gestão de serviços para negócios digitais – Oferta Presencial
– Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Planejar e coordenar a movimentação física, incluindo o gerenciamento de pessoas e dos fluxos de informações, observando o balanceamento entre custo e nível de serviço, visando atender às necessidades e expectativas do cliente.
- ▶ Desenvolver a visão sistêmica, identificando soluções, respeitando aspectos culturais, éticos, ambientais e sociais no âmbito local, regional e internacional.
- ▶ Elaborar, gerenciar e apoiar projetos, identificando oportunidades e avaliando os riscos inerentes.

• **Objetivos de Aprendizagem**

- Aplicar as técnicas e procedimentos de gestão da área de gestão de negócios digitais, a estrutura de relações entre as várias sub funções.

• **Ementa**

- Planejamento e estratégias das operações do comércio eletrônico. Projeto de serviços. Conceitos, estrutura, técnicas da administração de operações. Localização e arranjo físico (armazém, mini depósitos, ponto de venda, agências de última milha, armários inteligentes). Cálculo da capacidade operacional. Balanceamento da operação. Estudo de tempos e métodos. Planejamento agregado. Aplicação prática dos conceitos de OPT, ERP - Estudo de Caso. Conceitos de operação enxuta (mapa de fluxo de valor)

• **Metodologias Propostas**

- Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

• **Instrumentos de Avaliação Propostos**

- As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

• **Bibliografia Básica**

- **CORRÊA, H L, CORRÊA, C A.** Administração de Produção e Operações - **Manufatura e serviços**: uma abordagem estratégica. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2017. ISBN 9788597012385
- FERNANDES, M. E. Negócios eletrônicos. São Paulo: Pearson, 2018. ISBN 9788570160430





- **SLACK, N.; BRANDON-JONES, A., JOHNSTON, R.** Administração da Produção. 8.ed., São Paulo: Atlas, 2018. 9788597014075

► **Bibliografia Complementar**

- **OLIVEIRO, C. A. J.; DEGHI, G. J. E-commerce:** Princípios para o desenvolvimento e gerenciamento de uma loja virtual. São Paulo: Érica, 2014. ISBN 8536511079
- **KRAJEWSKI, L.; RITZMAN, L.; MALHOTRA, M. Administração de Produção e Operações.** 11. ed. São Paulo: Pearson, 2017. 9788543004655

6.4.4 – ADM-048 – Sistemas e estruturas de operações do comércio eletrônico – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Dimensionar e gerir recursos vinculados às operações de negócios digitais e propor soluções.
- Empreender ações inovadoras, analisando criticamente a organização, antecipando e promovendo transformações.
- Elaborar, gerenciar e apoiar projetos, identificando oportunidades e avaliando os riscos inerentes.

► **Objetivos de Aprendizagem**

- Conhecer os mais diversos tipos de sistemas e estruturas para operações do comércio eletrônico, visando empregá-los de forma eficiente e eficaz nos diversos tipos de operações.

► **Ementa**

- Equipamentos de movimentação em lojas físicas e marketplaces (veículos industriais, equipamentos para elevação e transferência e transportadores contínuos), Análise e tendências da movimentação de materiais e seleção de equipamentos de movimentação (veículos automaticamente guiados, robôs, drones para controle de inventários), bem como os acessórios utilizados com segurança dos mesmos. Gestão da manutenção dos equipamentos (corretiva, programada e preditiva). Importância da ergonomia no processo

► **Metodologias Propostas**

- Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

► **Instrumentos de Avaliação Propostos**

- As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

► **Bibliografia Básica**

- **BEGNON, W. NR11 – Transporte, movimentação, armazenagem e manuseio de materiais:** técnicas e aspectos gerais de segurança. São Paulo: Editora Viena, 2016. ISBN 9788537104828
- **MOURA, R.A. Sistemas e técnicas de movimentação e armazenagem de materiais.** 9. ed São Paulo: IMAM, 2004. ISBN 9788589824361





- **PEGATIN, T. O.** Segurança no trabalho e ergonomia. São Paulo: Intersaberes. 2020. ISBN 8522702284

• **Bibliografia Complementar**

- **LIDA, I.; BUARQUE, L.** Ergonomia: Projeto e Produção. 3.ed. São Paulo: Blucher, 2016. ISBN 9788521209331.
- **CHRISTOPHER, M.** Logística e Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos. São Paulo: Cengage, 2019. ISBN 852212731X

6.4.5 – AGF-048 – Gestão fiscal para negócios digitais – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Identificar e verificar a adequação dos aspectos da gestão fiscal nos negócios digitais.
- ▶ Demonstrar capacidade de resolver problemas complexos e propor soluções criativas e inovadoras.
- ▶ Elaborar, gerenciar e apoiar projetos, identificando oportunidades e avaliando os riscos inerentes

• **Objetivos de Aprendizagem**

- ▶ Conhecer os aspectos da gestão fiscal nos negócios digitais e a sua importância no planejamento tributário.

• **Ementa**

- ▶ Aspectos tributários dos negócios digitais. Principais cargas tributárias brasileiras (ICMS, Substituição Tributária – ST, Guia Nacional de Recolhimentos Tributários Estaduais – GRNE, ISS). Abordagens para a legislação fiscal e tributária. Estratégias fiscais no planejamento tributário. Custos tributários. Estudo de casos práticos envolvendo negócios digitais.

• **Metodologias Propostas**

- ▶ Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

• **Instrumentos de Avaliação Propostos**

- ▶ As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

• **Bibliografia Básica**

- **FARIA, R. V.; SILVEIRA, R. M.; MONTEIRO, A. L. M. R. M.** Tributação na economia digital: desafios no Brasil, experiência internacional e novas perspectivas. São Paulo: Saraiva, 2018. ISBN 8553172341
- **PADOVEZE, Luís C. et al.** Contabilidade e gestão tributária: Teoria, Prática e Ensino. 1.ed. São Paulo: Cengage Learning, 2017. ISBN 9788522125975





- PISCITELLI, T.; LARA, D. S. Tributação da economia digital. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2020. ISBN 6556142859

► **Bibliografia Complementar**

- CARLIN, E. L. B. **Auditoria, Planejamento e Gestão Tributária**. 4.ed. Curitiba: Juruá, 2021. ISBN 9786556057774
- GRECO, M. A. **Planejamento Tributário**. 4.ed. São Paulo: Quartier Latin, 2019. ISBN 9788576749998

6.4.6 – JLG-037 – Sistemas de embalagens para o comércio eletrônico – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Dimensionar recursos vinculados às operações de negócios digitais e propor soluções.
- Demonstrar capacidade de resolver problemas complexos e propor soluções criativas e inovadoras.
- Elaborar, gerenciar e apoiar projetos, identificando oportunidades e avaliando os riscos inerentes.

► **Objetivos de Aprendizagem**

- Analisar, projetar e gerenciar o processo de utilização das embalagens convencionais e inteligentes.

► **Ementa**

- A embalagem e o comportamento do consumidor. Projeto da embalagem na cadeia do comércio eletrônico e a necessidade do desenvolvimento. A linguagem das cores e das formas. Tipos de embalagens e sua aplicação para diferentes produtos (convencionais, inteligentes e ativas). Cargas unitizadas: paletização, lingagem e estabilização de pilhas. Instruções de manuseio. Uso dos contêineres e contentores (caixas, gaiolas, bandejas, dentre outros). Impacto ecológico e responsabilidade social.

► **Metodologias Propostas**

- Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

► **Instrumentos de Avaliação Propostos**

- As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

► **Bibliografia Básica**

- GURGEL, F. A. Administração da Embalagem. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2014. ISBN 8522116555
- LIMA JUNIOR, O. F. et al. Embalagem na logística urbana: conceitos, métodos e práticas. Campinas: Unicamp, 2017. ISBN 9788570291448
- MESTRINER, F. Inovação da embalagem. São Paulo: M. Books, 2018. 9788576803010

► **Bibliografia Complementar**





- CARVALHO, M. A. **Engenharia de embalagens**: uma abordagem técnica de desenvolvimento de embalagem. São Paulo: Novatec, 2021. ISBN 857522154X
- COLLARO, A. C.; COLLARO, I. R. **Criação de embalagens competitivas**. São Paulo: GEN Atlas, 2014. ISBN 8535274251

6.4.7 – ESP-078 – Espanhol II – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Comunicar-se, tanto na língua em língua estrangeira.
- ▶ Desenvolver comunicação interpessoal, compreensão e interpretação em situações que envolvam expressão de ideias, negociação, análise e elaboração de documentos na língua-alvo, na área de atuação profissional

Objetivos de Aprendizagem

- ▶ Ampliar as destrezas comunicativas básicas de forma independente: compreender e produzir textos orais e escritos sobre ações habituais ou previstas. Comentar sobre temas principalmente do âmbito acadêmico e profissional. Adquirir e utilizar os recursos linguísticos orais e escritos, utilizados nos diferentes âmbitos profissionais. Desenvolver, em nível básico, as técnicas comunicativas e discursivas comuns ao mundo dos negócios em língua espanhola. Distinguir e analisar, a partir de textos e documentos audiovisuais reais, as diferentes situações que requerem o uso de técnicas comunicativas específicas. Compreender a diversidade cultural dos países hispano-falantes e seu contraste com nossa cultura.

Ementa

- ▶ Prática das funções comunicativas da língua espanhola para fins específicos, com ênfase na compreensão e produção de gêneros discursivos orais, escritos e multimodais, em consonância com as situações profissionais específicas. Abordagem dos aspectos socioculturais do mundo hispânico, de forma interdisciplinar, levando em consideração as variedades da língua, bem como o panorama do idioma no mundo e as suas dimensões histórica, geográfica e sociológica.

Metodologias Propostas

- ▶ Aulas expositivo-dialogadas, apresentações orais, dramatização (role-play), gamificação e atividades em pares/grupos.

Instrumentos de Avaliação Propostos

- ▶ Avaliação formativa: exercícios para prática e produção oral e escrita ao longo do curso (com feedback e plano de ações). Avaliação somativa: provas ou trabalhos, individuais ou em grupo, que avaliem tanto a escrita e leitura, quanto a oralidade e compreensão auditiva.

Bibliografia Básica

- CASTRO, F. Uso de la gramática española. Nivel elemental. **Nueva edición. Madrid: Edelsa, 2020 ISBN: 978-84-9081-625-7.**
- FERNÁNDEZ; A. N.; PROST, G. N. Al dí@: curso inicial de español para los negocios. Madrid: SGEL, 2015. ISBN 978-8497785556.
- PRADA, M; MARCÉ, P. Entorno laboral: nivel A1/B1. Español lengua extranjera. Edición ampliada. Madrid: Edelsa Grupo Didascalía S.A., 2022. ISBN 9788490817322

Bibliografia Complementar





- ▶ LAGO, A. F. ; LÓPEZ, C. I. R. ; HERNÁNDEZ, A. M. C. **Español para el comercio mundial del siglo XXI: términos y expresiones esenciales em el mundo de los negocios.** Editorial Edinumen, 2017 ISBN 8498486343.
- ▶ PALOMINO, M. A. **Correo comercial: técnicas y usos.** Madrid: Edelsa, 2015. ISBN 849081600X

6.4.8 – ING-244 – Inglês IV – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Comunicar-se em língua estrangeira.
- ▶ Desenvolver comunicação interpessoal, compreensão e interpretação em situações que envolvam expressão de ideias, negociação, análise e elaboração de documentos na língua-alvo, na área de atuação profissional.

Objetivos de Aprendizagem

- ▶ Interpretar e produzir textos relevantes para a área de atuação, como correspondências, descrições, instruções e relatórios. Fazer comparações, expressar opinião e justificar decisões com polidez. Destacar pontos principais de apresentações, demonstrações, artigos e publicações. Fazer planos e agendar compromissos. Descrever produtos/serviços e responder a questionamentos simples.

Ementa

- ▶ Expansão do uso das funções comunicativas da língua inglesa, por meio da compreensão e produção oral e escrita, com uso de estruturas léxico-gramaticais, abordando aspectos socioculturais, nos contextos pessoal, acadêmico, e na área de formação profissional.

Metodologias Propostas

- ▶ Aulas expositivo-dialogadas, apresentações orais, dramatização (role-play), gamificação e atividades em pares/grupos.

Instrumentos de Avaliação Propostos

- ▶ Avaliação Formativa - exercícios para prática e produção oral e escrita ao longo do curso (com feedback e plano de ações); Avaliação Somativa - provas ou trabalhos, individuais ou em grupo, que avaliem tanto a escrita e leitura, quanto a oralidade e compreensão auditiva.

Bibliografia Básica

- HUGES, J. et al. **Business result pre-intermediate: student's book with online practice.** 2nd edition. New York: Oxford University Press, 2017. ISBN 9780194738767.
- O'KEEFFE, M. et al. **Business partner A2: coursebook with digital resources.** São Paulo: Pearson Universidades, 2020. ISBN 9781292233529.
- OXENDEN, C.; LATHAM-KOENIG, C. **American english file 2: student's book Pk with online practice.** 3rd edition. New York: Oxford University Press, 2019. ISBN 9780194906395.

Bibliografia Complementar

- ▶ CARTER, R.; NUNAN, D. **Teaching english to speakers of other languages.** Cambridge: Cambridge University Press, 2015. ISBN 9781138824676.

POWELL, M. et al. **In Company 3.0:** pre-intermediate. 3rd edition. São Paulo: Macmillan do Brasil, 2015. ISBN 9780230455115





6.4.9 – PMA-022 – Princípios de marketing digital – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Aplicar as boas práticas específicas da disciplina, no sentido de agregar valor ao produto, aos serviços e ao cliente
- ▶ Demonstrar capacidade de resolver problemas complexos e propor soluções inovadoras.

Objetivos de Aprendizagem

Compreender os aspectos estratégicos do marketing, sua integração com as operações e com os negócios digitais, assim como a sua importância no processo decisório.

Ementa

Evolução, conceitos e tarefas da administração de marketing. Tipos de mercados. Captura de oportunidades. Natureza, objetivo, método e aplicação da pesquisa mercadológica. Conexão com os clientes e comportamento do consumidor da era digital. Segmentação de mercado digital. Composto de marketing para o meio digital (experiência do usuário). Gerenciamento de varejo digital, atacado e logística. Fundamentos do e-business. Marketing de serviços digitais. Estratégias mercadológicas.

Metodologias Propostas

- ▶ Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

Instrumentos de Avaliação Propostos

- ▶ As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgar pertinente.

Bibliografia Básica

- BEZERRA, L. L.; SILVA, J. L. D. **Comportamento do consumidor na era digital**. Curitiba: InterSaberes, 2021. ISBN 6555174323
- GABRIEL, M.; KISO, R. **Marketing na era digital: conceitos, plataformas e estratégias**. São Paulo: Atlas, 2020. ISBN 8597025557
- KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. 15. ed. São Paulo: Editora Pearson, 2019. ISBN 8543024951

Bibliografia Complementar

- SETIAWAN, I.; KOTLER, P.; KARTAJAYA, H. **Marketing 5.0: tecnologia para a humanidade**. São Paulo: Sextante. 2017. ISBN 6555642408
- YANAZE, H. M.; ALMEIDA, E.; YANAZE, L. K. M. **Marketing digital**. São Paulo: Saraiva Uni, 2022. ISBN 6587958141





6.5 Quinto Semestre

Sem.	Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais					Atividade Curricular de Extensão
					Presenciais		On-line		Total	
					Sala	Lab.	Sala	Lab.		
5º	1	PMP-004	Projeto Integrador de marketplace	Presencial	24	16	-	-	40	33
	2	CON-022	Contabilidade e custos	Presencial	80	-	-	-	80	-
	3	JLG-038	Estratégias de fornecimento e distribuição do comércio eletrônico	Presencial	80	-	-	-	80	-
	4	JLG-039	Intralógica do comércio eletrônico	Presencial	56	24	-	-	80	-
	5	JLG-042	Tecnologia de veículos do comércio eletrônico	Presencial	40	-	-	-	40	-
	6	RHL-008	Liderança e gestão de pessoas	Presencial	28	12	-	-	40	33
	7	INF-059	Fundamentos de gestão de mídias digitais	Presencial	28	12	-	-	40	-
	8	ING-245	Inglês V	Presencial	40	-	-	-	40	-
	9	ACE-024	Metodologias ágeis para tomada de decisão	Presencial	24	16	-	-	40	-
Total de aulas do semestre					400	80	-	-	480	66

6.5.1 – PMP-004 – Projeto Integrador de marketplace – Oferta Presencial – Total de 33 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Dimensionar recursos vinculados às operações de negócios digitais e propor soluções.
- ▶ Empreender ações inovadoras, analisando criticamente a organização, antecipando e promovendo transformações;
- ▶ Administrar conflitos, quando necessário, estabelecer relações e propor um ambiente colaborativo, incentivando o trabalho em equipe
- ▶ Elaborar, gerenciar e apoiar projetos, identificando oportunidades e avaliando os riscos inerentes

Objetivos de Aprendizagem

- ▶ Aplicar os conhecimentos adquiridos nas diversas disciplinas do semestre em curso, através de trabalhos ou projetos, visando a prática da interdisciplinaridade

Ementa

- ▶ Dimensionamento de recursos; análise e solução de problemas; geração do plano de ação de melhorias, relativos à operação de um marketplace.

Metodologias Propostas

- ▶ Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

Instrumentos de Avaliação Propostos

- ▶ As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

Bibliografia Básica





- CHRISTOPHER, M. Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos. São Paulo: Cengage Learning, 2018. ISBN 852212731X
- FERNANDES, M. E. Negócios eletrônicos. São Paulo: Pearson, 2018. ISBN 9788570160430
- OLIVEIRO, C. A. J.; DEGHI, G. J. E-commerce: Princípios para o desenvolvimento e gerenciamento de uma loja virtual. São Paulo: Érica, 2014. ISBN 8536511079

• **Bibliografia Complementar**

- BACICH, L.; TANZI, A.; TREVISANI, F. M. **Ensino híbrido**: personalização e tecnologia na educação. Porto Alegre: Penso, 2015. ISBN 9788584290482
- CAMARGO, R. A.; RIBAS, T. **Gestão ágil de projetos**: as melhores soluções para as suas necessidades. Saraiva Uni, 2019. ISBN 8553131874

6.5.2 – CON-022 – Contabilidade e custos – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Gerenciar aplicações contábeis.
- ▶ Analisar custos operacionais para a tomada de decisão contábil.
- ▶ Trabalhar em equipe, interagindo em situações diversas no ambiente organizacional.
- ▶ Aplicar conceitos contábeis e custos.

• **Objetivos de Aprendizagem**

- Aplicar os conceitos da contabilidade, da gestão dos custos para viabilizar o entendimento das particularidades dos segmentos de negócios, para compreender os rateios de custos e do volume, e lucro para tomada de decisão. Compreender a composição do custo para os produtos e serviços, além do impacto na formação do preço e do lucro. Aplicar abordagens no planejamento corporativo e processos orçamentário, para as execuções e resultados do orçamento empresarial. Desenvolver habilidades de elaborar relatórios, analisar e utilizar as demonstrações contábeis/financeiras como instrumento de gestão para tomada de decisões. Conhecer normas contábeis brasileiras para a adequação ao padrão contábil internacional I.F.R.S.

• **Ementa**

Fundamentos da contabilidade (vertentes de avaliação; conceitos usualmente aplicados e patrimônio). Planos de contas (aplicações). Eventos permutativos, contas e demonstrativos patrimoniais. Eventos modificativos, contas e demonstrativos de resultados. Receitas e despesas. Conceitos de custo (Custos diretos e indiretos. Custos fixos e variáveis. Classificação dos custos / despesas: em função do produto e do volume). Cálculo do desgaste dos ativos, depreciação, amortização e exaustão. Custo da Mercadoria Vendida. Custeio por absorção e custos para decisão (relação custo x volume x lucro). Margem de contribuição. Ponto de equilíbrio. Conceitos Básicos de Orçamento. Tipos de orçamento. O processo orçamentário completo e seu acompanhamento. Controle orçamentário. Elaboração das demonstrações contábeis. Análise econômico-financeira. Demonstrações Financeiras/ Contábeis (Balanço patrimonial, DRE, DMPL, Fluxo de Caixa, DVA e notas explicativas). Análise de Balanços. Interpretação das demonstrações contábeis. Adequação do padrão contábil brasileiro ao I.F.R.S.

• **Metodologias Propostas**

- Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.





► **Instrumentos de Avaliação Propostos**

- As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

► **Bibliografia Básica**

- IUDICIBUS, S.; MARTINS, E. Contabilidade introdutória: livro texto. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2019. ISBN 9788597019926.

- IUDICIBUS, S.; MARION, J. C. Curso de contabilidade para não contadores: para as áreas de administração, economia, direito e engenharia. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2022. E-book. ISBN 9786559773183.

- SZUSTER, N. et al. Contabilidade geral: introdução à contabilidade societária. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2013. ISBN 9788522473199.

► **Bibliografia Complementar**

- BRUNI, A. L.; FAMÁ, R. **Gestão de Custos e formação de preços**. São Paulo: Atlas, 2019. ISBN 9788522474288.

- IUDICIBUS, S.; MARION, J. C. Contabilidade comercial. 11. ed. São Paulo: Atlas, São Paulo, 2019. ISBN 9788597020038.

6.5.3 – JLG-038 – Estratégias de fornecimento e distribuição do comércio eletrônico – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Planejar e coordenar a movimentação física, incluindo o gerenciamento de pessoas e dos fluxos de informações e materiais, observando o balanceamento entre custo e nível de serviço, visando atender às necessidades e expectativas do cliente.
- Desenvolver a visão sistêmica, identificando soluções, respeitando aspectos culturais, éticos, ambientais e sociais no âmbito local, regional e internacional
- Empreender ações inovadoras, analisando criticamente a organização, antecipando e promovendo transformações
- Administrar conflitos, quando necessário, estabelecer relações e propor um ambiente colaborativo, incentivando o trabalho em equipe.

► **Objetivos de Aprendizagem**

- Compreender, planejar, gerenciar e integrar processos-chave de uma cadeia de suprimentos do comércio eletrônico. Entender a importância da cadeia de valor.

► **Ementa**

- Conceituação, fases de decisão, fluxo da cadeia e representação. Estratégia dos Canais de Distribuição (lojas físicas e online – multicanal e omnicanal, marketplaces). Gestão e modelos de parcerias e integração de processos (rede fornecedores de primeira e segunda camadas do e-commerce, participantes próprios e terceiros da rede distributiva do e-commerce). Participantes da distribuição de última milha. Pontos de retirada e devolução (instalações varejistas, micro depósitos próprios e de terceiros, armários inteligentes, *dark stores*). Fatores chave de desempenho da cadeia de suprimentos digital (transporte, estoque, instalações, contratação, informação e precificação). Alinhamento de decisões com planejamento estratégico Planejamento agregado e variabilidade





previsível. Coordenação e informação - Efeito "chicote". Aspectos financeiros das decisões em cadeia de suprimentos de negócios digitais. Iniciativas e práticas facilitadoras da gestão de parcerias, relacionamento com fornecedores envolvendo especificações técnicas para desenvolvimento de parcerias. Gestão de riscos.

▸ **Metodologias Propostas**

- Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

▸ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

- As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

▸ **Bibliografia Básica**

- BOWERSOX, D.J.; CLOSS, D.J., COOPER, M.B., BOWERSOX, J.C. Gestão Logística da Cadeia de Suprimentos. 4.ed. Porto Alegre: AMGH, 2014. ISBN 9788580553178
- CHOPRA, S; MEINDL, P. Gestão da cadeia de suprimentos: estratégia, planejamento e operações. São Paulo: Pearson. 2016. ISBN 9788543004747
- CORRÊA, H.L. Administração de cadeias de suprimentos e logística: Integração na era da indústria 4.0. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2019. ISBN 9788597021998.

▸ **Bibliografia Complementar**

- CHRISTOPHER, M. Logística e Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos. São Paulo: Cengage, 2019. ISBN 852212731X
- PIRES, S R. Gestão da Cadeia de Suprimentos: conceitos, estratégias, práticas e casos. São Paulo: Atlas, 2016. ISBN 978859700869

6.5.4 – JLG-039 – Intralogística do comércio eletrônico – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Dimensionar recursos vinculados às operações de negócios digitais e propor soluções.
- Demonstrar capacidade de resolver problemas complexos e propor soluções criativas e inovadoras
- Evidenciar o uso de pensamento crítico em situações adversas;
- Empreender ações inovadoras, analisando criticamente a organização, antecipando e promovendo transformações
- Elaborar, gerenciar e apoiar projetos, identificando oportunidades e avaliando os riscos inerentes

▸ **Objetivos de Aprendizagem**

- Dimensionar os vários tipos de depósitos do comércio eletrônico; planejar os diversos tipos de movimentação; aplicar as funcionalidades tecnológicas de movimentação e armazenagem.

▸ **Ementa**





- ▶ Dimensionamento e organização de um armazém de *fulfillment*; rotinas de trabalho no armazém; layout; sistema de classificação e identificação dos materiais; preparação das cargas; categoria de cargas; fluxo de materiais e equipamentos; inventário; aspectos de segurança no armazém; principais operações de armazenagem (recebimento, conferência, estocagem, separação, embalagem, expedição e *cross-docking*). Demonstração e/ou aplicação de ferramentas tecnológicas existentes para gestão da movimentação e armazenagem através da pesquisa aos softwares e hardwares mais recentes correlacionados a disciplina.

- ▶ **Metodologias Propostas**

- ▶ Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

- ▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

- ▶ As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

- ▶ **Bibliografia Básica**

- CAMPOS, Alexandre de; GOULART, Verci Douglas Garcia. **Logística de transporte: Gestão estratégica no transporte de cargas**. 1.ed. Editora Érica, 2018. ISBN 9788536527376.
- PAOLESHI, B. **Estoques e armazenagem**. 1.ed. São Paulo: Érica/Saraiva, 2013. 9788536506197.
- SOUSA, J. M. **Gestão de estoques e armazenagem: perspectivas estratégica, financeira e operacional**. São Paulo: Senac, 2022. ISBN 8539633914.

- ▶ **Bibliografia Complementar**

- NOGUEIRA, Amarildo de Souza. **Logística Empresarial: um Guia Prático de Operações Logísticas**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2018. ISBN 9788597013634
- PEGATIN, T. O. **Segurança no trabalho e ergonomia**. Curitiba: Intersaberes. 2020. ISBN 8522702284

6.5.5 – JLG-042 – Tecnologia de veículos do comércio eletrônico – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Planejar e coordenar a movimentação física, incluindo o gerenciamento de pessoas e dos fluxos de informações e materiais, observando o balanceamento entre custo e nível de serviço, visando atender às necessidades e expectativas do cliente.
- ▶ Demonstrar capacidade de resolver problemas complexos e propor soluções criativas e inovadoras
- ▶ Empreender ações inovadoras, analisando criticamente a organização, antecipando e promovendo transformações

- ▶ **Objetivos de Aprendizagem**

- ▶ Utilizar as principais funcionalidades das tecnologias utilizadas nas entregas de malha urbana.

- ▶ **Ementa**





- ▶ Noções de tecnologias aplicadas à gestão do trânsito e transporte (semáforos, sistemas de rastreamento de entregas no comércio eletrônico, telemetria, tecnologia de comprovação de entrega online, RFID, uso de drones e robôs). Apoio da tecnologia na mitigação de restrições no tráfego urbano. Principais funcionalidades da Torre de Controle. Tendências e limitações.
- ▶ **Metodologias Propostas**
- ▶ Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.
- ▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**
- ▶ As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.
- ▶ **Bibliografia Básica**
 - PORTUGAL, L. S. **Simulação de Tráfego: Conceito e Técnicas de Modelagem**. 1.ed. Rio de Janeiro: Editora Interciência, 2005. ISBN 8571931240.)
 - VALENTE, A. M.; PASSAGLIA, E. **Qualidade e Produtividade nos Transportes**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2015. ISBN 9788522124114.
 - VIEIRA, M.F. **Gestão Municipal de Trânsito: Aspectos Jurídicos e Administrativos**. 1.ed. São Paulo: Letras Jurídicas Editora, 2019. ISBN 9788582481455.
- ▶ **Bibliografia Complementar**
- ▶ CAMPOS, V. B. G. **Planejamento de Transportes: Conceitos e Métodos**. 1.ed. Rio de Janeiro: Interciência, 2013. ISBN 9788571933101
- ▶ KUREKE, B. M. C. B.; BERNARDINIS, M.A.P. **Engenharia de tráfego: aspectos fundamentais para a cidade do futuro**. 1.ed. São Paulo: Intersaberes, 2021. 9786555177930 |

6.5.6 – RHL-008 – Liderança e gestão de pessoas – Oferta Presencial – Total de 33 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Desenvolver o capital humano como vantagem competitiva nas soluções para negócios digitais.
- ▶ Empreender ações inovadoras, analisando criticamente a organização, antecipando e promovendo transformações.
- ▶ Administrar conflitos, quando necessário, estabelecer relações e propor um ambiente colaborativo, incentivando o trabalho em equipe.

Objetivos de Aprendizagem

Compreender os aspectos de gestão de pessoas em equipes de trabalho em modelos de negócios digitais com foco em resultados.

Ementa

- ▶ Gestão de equipes e a utilização da tecnologia da informação como ferramenta de gerenciamento e comunicação de equipes. Estilos de lideranças, gestão de conflitos e comunicação. Importância do desenvolvimento e relacionamento interpessoal. Cultura organizacional em negócios digitais. Aspectos étnico-raciais e formas de inclusão. O modelo mental do empreendedor de negócios





digitais. Tipos de assédio existentes em organizações. Diversidade e inclusão. Gestão de equipes em modelos de negócios digitais.

▶ **Metodologias Propostas**

- ▶ Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

- ▶ As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

▶ **Bibliografia Básica**

- BERGAMINI, C. W. Psicologia Aplicada à administração de empresas: psicologia do comportamento organizacional. 5ªed. São Paulo: Atlas, 2015. ISBN 9788522498468
- TONET, H.C. Liderança e gestão de pessoas em ambientes competitivos. São Paulo: FGV, 2015. ISBN 8522509913
- VERGARA, S.C. Gestão de Pessoas. São Paulo: Atlas, 2016. ISBN 978-8597007558

▶ **Bibliografia Complementar**

- ▶ COSTA, C. M. **Gestão de pessoas na estratégia empresarial: o novo papel da tradicional área de RH nas organizações.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 2022. ISBN 8541404129
- ▶ FERREIRA, P. I. **Gestão da diversidade e da interculturalidade nas organizações.** Curitiba: Intersaberes, 2021. ISBN 6589818193

6.5.7 – INF-059 – Fundamentos de gestão de mídias digitais – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Aplicar as boas práticas específicas da disciplina, no sentido de agregar valor ao produto, aos serviços e ao cliente.
- ▶ Demonstrar capacidade de resolver problemas complexos e propor soluções criativas e inovadora.
- ▶ Evidenciar o uso de pensamento crítico em situações adversas.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

- ▶ Entender as bases da comunicação no universo das mídias digitais tendo como principal foco as exigências da sociedade em rede. Desenvolver a visão geral das principais mídias digitais, assim como realizar a sua gestão, empregando indicadores específicos. Desenvolver um plano de gestão de mídias digitais.

▶ **Ementa**

- ▶ Introdução às mídias digitais; Visão geral das principais mídias digitais; Formas de gestão das mídias sociais; Plano de gestão das mídias sociais.

▶ **Metodologias Propostas**





- ▶ Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

- ▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

- ▶ As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

- ▶ **Bibliografia Básica**

- COSTA, C. G. A. **Gestão de mídias sociais**. Curitiba: InterSaberes, 2017. ISBN 8559725261
- LEMOS, A. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 6. ed. Porto Alegre: Sulina, 2015. ISBN 8520505775
- VERGARA, S.C. **Gestão de Pessoas**. 16.ed. São Paulo: Atlas, 2016. ISBN 978-8597007558

- ▶ **Bibliografia Complementar**

- PAKES, A. **Negócios digitais**. São Paulo: Gente, 2016. ISBN 8545200595
- PEREIRA, V. A. **Comunicação na era pós-mídia: tecnologia, mente, corpo e pesquisas neuromidiáticas**. Porto Alegre: Sulina, 2021. ISBN 9786557590249

6.5.8 – ING-245 – Inglês V – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Comunicar-se em língua estrangeira.
- ▶ Desenvolver comunicação interpessoal, compreensão e interpretação em situações que envolvam expressão de ideias, negociação, análise e elaboração de documentos na língua-alvo, na área de atuação profissional.

- ▶ **Objetivos de Aprendizagem**

- ▶ Compreender pontos principais e produzir textos como cartas de apresentação, currículos, videocurrículos e prospectos. Comunicar-se com inteligibilidade, mantendo o fluxo contínuo da comunicação. Interagir em situações de entrevistas de emprego. Descrever experiências e desempenho profissional. Falar sobre expectativas, planos futuros, compromissos e decisões. Acompanhar apresentações e reuniões. Expressar opiniões, fornecendo argumentos e justificativas.

- ▶ **Ementa**

Aprofundamento do uso das funções comunicativas da língua inglesa, por meio da compreensão e produção oral e escrita, com uso de repertório léxico-gramatical, abordando aspectos socioculturais, nos contextos pessoal, acadêmico, e na área de formação profissional.

- ▶ **Metodologias Propostas**

- ▶ Aulas expositivo-dialogadas, apresentações orais, dramatização (role-play), gamificação e atividades em pares/grupos.

- ▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

- ▶ Avaliação Formativa - exercícios para prática e produção oral e escrita ao longo do curso (com feedback e plano de ações); Avaliação Somativa - provas ou trabalhos, individuais ou em grupo, que avaliem tanto a escrita e leitura, quanto a oralidade e compreensão auditiva.





▶ **Bibliografia Básica**

- HUGES, J. et al. Business result pre-intermediate: student's book with online practice. 2nd edition. New York: Oxford University Press, 2017. ISBN 9780194738767.
- O'KEEFFE, M. et al. Business partner A2+. Coursebook with digital resources. São Paulo: Pearson Universidades, 2020. ISBN 9781292233536.
- OXENDEN, C.; LATHAM-KOENIG, C. American english file 2: student's book Pk with online practice. 3rd edition. New York: Oxford University Press, 2019. ISBN 9780194906395.

▶ **Bibliografia Complementar**

- CARTER, R.; NUNAN, D. Teaching english to speakers of other languages. Cambridge: Cambridge University Press, 2015. ISBN 9781138824676.
- POWELL, M. et al. In Company 3.0: pre-Intermediate. 3rd edition. São Paulo: Macmillan do Brasil, 2015. ISBN 9780230455115.

6.5.9 – ACE-024 – Metodologias ágeis para tomada de decisão – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Projetar e gerenciar processos operacionais ligados aos negócios digitais, aplicando as tecnologias de informação e comunicação, para agregar valor ao produto, ao serviço e às soluções ao cliente.
- ▶ Demonstrar capacidade de resolver problemas complexos e propor soluções criativas e inovadoras.
- ▶ Desenvolver a visão sistêmica, identificando soluções, respeitando aspectos culturais, éticos, ambientais e sociais no âmbito local, regional e internacional.
- ▶ Empreender ações inovadoras, analisando criticamente a organização, antecipando e promovendo transformações.
- ▶ Administrar conflitos, quando necessário, estabelecer relações e propor um ambiente colaborativo, incentivando o trabalho em equipe.
- ▶ Atuar de forma autônoma na realização atividades profissionais e na execução de projetos;
- ▶ Elaborar, gerenciar e apoiar projetos, identificando oportunidades e avaliando os riscos inerentes.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

- ▶ Aplicar as metodologias ágeis num projeto de melhoria de um processo de negócios digitais.

▶ **Ementa**

- ▶ Conceito de metodologias ágeis; aplicação das principais metodologias (*scrum, lean, kanban, smart*). Aplicação das metodologias ágeis em um projeto de melhoria. Geração do plano de ação correspondente em um estudo de caso do comércio eletrônico.

▶ **Metodologias Propostas**

- ▶ Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.





▸ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

- As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

▸ **Bibliografia Básica**

- CAMARGO, R.; RIBAS, T. Gerenciamento ágil de projetos: as melhores soluções para as suas necessidades. São Paulo: Saraiva Uni, 2019. ISBN 8553131874
- DE COL, A. Jornada kanban na prática. Rio de Janeiro: Brasport, 2021. ISBN 658843118X
- ROTHER, M.; SHOOK, J. Aprendendo a enxergar. São Paulo: Lean Institute Brasil, 2012. ISBN 9788588874090

▸ **Bibliografia Complementar**

- DAHL, J. Liderança lean: como garantir o sucesso e desenvolver uma estrutura de liderança. Rio de Janeiro: Alta Books, 2021. ISBN 6555202386
- SUTHERLAND, J. J. Scrum: guia prático. Rio de Janeiro: Sextante, 2020. ISBN 8543109167





6.6 Sexto Semestre

Sem.	Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais					Atividade Curricular de Extensão
					Presenciais		On-line		Total	
					Sala	Lab.	Sala	Lab.		
6º	1	PDC-001	Projeto Integrador de desempenho do comércio eletrônico	Presencial	24	16	-	-	40	33
	2	AGC-003	Comércio eletrônico no comércio exterior	Presencial	80	-	-	-	80	-
	3	JLG-043	Roteirização e programação do transporte do comércio eletrônico	Presencial	56	24	-	-	80	-
	4	ACE-025	Simulação de processos do comércio eletrônico	Presencial	56	24	-	-	80	-
	5	JLG-047	Transporte de cargas especiais	Presencial	40	-	-	-	40	-
	6	INF-060	Análise de dados aplicada ao comércio eletrônico	Presencial	24	16	-	-	40	-
	7	ADM-049	Otimização de mecanismos de busca	Presencial	24	16	-	-	40	-
	8	ING-246	Inglês VI	Presencial	40	-	-	-	40	-
	9	CEE-056	Inovação e empreendedorismo	Presencial	40	-	-	-	40	-
	Total de aulas do semestre					384	96	-	-	480

6.6.1 – PDC-001 – Projeto Integrador de desempenho do comércio eletrônico – Oferta Presencial – Total de 33 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Utilizar indicadores de desempenho para gerir atividades ligadas a negócios digitais.
- ▶ Empreender ações inovadoras, analisando criticamente a organização, antecipando e promovendo transformações.
- ▶ Administrar conflitos, quando necessário, estabelecer relações e propor um ambiente colaborativo, incentivando o trabalho em equipe.
- ▶ Elaborar, gerenciar e apoiar projetos, identificando oportunidades e avaliando os riscos inerentes.

Objetivos de Aprendizagem

- ▶ Desenvolver painel de indicadores de processo ligado a negócios digitais, extraíndo decisões para tomada de ações corretivas e preventivas.

Ementa

- ▶ Utilização de conceitos do *Balanced Scorecard* (BSC). Construção de painel de indicadores (*dashboard*), utilizando tabelas dinâmicas, nas dimensões financeira, processo, sustentabilidade, social e governança de uma operação do comércio eletrônico.

Metodologias Propostas

- ▶ Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

Instrumentos de Avaliação Propostos

- ▶ As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática





e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

► **Bibliografia Básica**

- FERNANDES, M. E. Negócios eletrônicos. São Paulo: Pearson, 2018. ISBN 9788570160430.
- KAPLAN, R. S.; NORTON, D. P. Organização orientada para a estratégia. 1. ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2019 ISBN 8550806021.
- STEFANO, N.; ZATTAR, I. C. E-commerce: conceitos, implementação e gestão. Curitiba: InterSaberes, 2016. ISBN 8559722084.

► **Bibliografia Complementar**

- BACICH, L.; TANZI, A.; TREVISANI, F. M. **Ensino híbrido: personalização e tecnologia na educação**. Porto Alegre: Penso, 2015. ISBN 9788584290482
- CAMARGO, R. A.; RIBAS, T. **Gestão ágil de projetos: as melhores soluções para as suas necessidades**. Saraiva Uni, 2019. 2015. ISBN 97885842904

6.6.2 – AGC-003 – Comércio eletrônico no comércio exterior – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Planejar e coordenar a movimentação física, incluindo o gerenciamento de pessoas e dos fluxos de informações, observando o balanceamento entre custo e nível de serviço, visando atender às necessidades e expectativas do cliente.
- Demonstrar capacidade de resolver problemas complexos e propor soluções criativas e inovadoras.
- Desenvolver a visão sistêmica, identificando soluções, respeitando aspectos culturais, éticos, ambientais e sociais no âmbito local, regional e internacional.

► **Objetivos de Aprendizagem**

- Conhecer e entender: o fenômeno da globalização dos mercados, blocos econômicos e os acordos internacionais relacionados, Macroeconomia do setor externo e de política e comércio exterior e os principais procedimentos de importação e exportação para negócios digitais.

► **Ementa**

- Histórico, conceitos e teorias de comércio exterior: a globalização dos mercados, GATT, a OMC, acordos antidumping, blocos econômicos, noções de Macroeconomia do setor externo, política e comércio exterior, forças do mercado doméstico, vantagens comparativas e balança comercial, crescimento do setor externo da economia brasileira. Comércio exterior no Brasil e abertura comercial externa. Instrumentos de pagamento, os bancos e o estado no comércio exterior, o financiamento. Cotações internacionais, contratos comerciais internacionais e Incoterms. Global sourcing. Processos de exportação e de importação. Cultura do consumidor internacional. Operações de Portos e Aeroportos.

► **Metodologias Propostas**

- Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.





► **Instrumentos de Avaliação Propostos**

- As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

► **Bibliografia Básica**

- DAVID, P. Logística Internacional: Tradução da 4a. edição norte-americana. São Paulo: Cengage, 2017. ISBN 9788522124237
- CIGNACCO, B R. Fundamentos de Comercio Internacional. São Paulo: Saraiva, 2017. ISBN 8502072315
- KEEDI, S. ABC do Comercio Exterior. São Paulo: Aduaneiras, 2015. ISBN 9788571297630

► **Bibliografia Complementar**

- SEGRE, G. **Manual Prático de Comércio Exterior**. São Paulo: Atlas, 2018. ISBN 9788597016123
- SCHWAB, K.; MIRANDA, D.M. A quarta revolução industrial. São Paulo: Edipro, 2018. ISBN 9788572839785

6.6.3 – JLG-043 – Roteirização e programação do transporte do comércio eletrônico – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Planejar e coordenar a movimentação física, incluindo o gerenciamento de pessoas e dos fluxos de informações, observando o balanceamento entre custo e nível de serviço, visando atender às necessidades e expectativas do cliente.
- Desenvolver a visão sistêmica, identificando soluções, respeitando aspectos culturais, éticos, ambientais e sociais no âmbito local, regional e internacional.
- Evidenciar o uso de pensamento crítico em situações adversas.

► **Objetivos de Aprendizagem**

- Realizar roteiros de entregas em malha urbana, levando em conta os custos, nível de serviços e aspectos ambientais.

► **Ementa**

- Gestão em operações de carregamento, despacho e transbordos. *Last Mile*. Noções de contratação de transportes do comércio eletrônico (administração de contratos, pagamentos de fretes, terceirização de frotas, serviço spot). Conhecimentos sobre Gerenciamento de Riscos (seguros e sinistros). Demonstração e/ou aplicação de Sistemas de Gerenciamento de Transporte (TMS), assim como dos softwares de roteirização empregados no comércio eletrônico. Gestão do transporte na logística reversa. Documentos fiscais de transporte do comércio eletrônico. Gestão das não-conformidades em transportes, indicadores (principais acordos de nível de serviço ou *service level agreement* - SLA - do comércio eletrônico). Técnicas de roteirização: conceitos, caminho mínimo, caminho de custo mínimo ou tempo mínimo, problemas de caminhos, restrições ou condicionantes.

► **Metodologias Propostas**

- Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.





► **Instrumentos de Avaliação Propostos**

- As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

► **Bibliografia Básica**

- NOVAES, A. G. **Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição**. 5. ed. São Paulo: GEN Atlas, 2021. ISBN 9788595157163.
- VALENTE, A. M. Gerenciamento de transporte e frotas. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2016. ISBN 9788522125142
- VALENTE, A. M.; PASSAGLIA, E.; SANTOS, S. Qualidade e Produtividade nos Transportes. 2. ed. São Paulo: Cengage, 2016. ISBN 9788522124114

► **Bibliografia Complementar**

- BALLOU, R. H. L Logística e Gerenciamento da Cadeia de Distribuição - Estratégia, Avaliação e Operação. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2021. ISBN 9788595157163
- CAIXETA FILHO, J. V.; MARTINS, R. S. (Org.). Gestão logística do transporte de cargas. São Paulo: Atlas, 2018. ISBN 9788522494637

6.6.4 – ACE-025 – Simulação de processos do comércio eletrônico – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Modelar soluções para otimizar e racionalizar os processos de negócios digitais
- Demonstrar capacidade de resolver problemas complexos e propor soluções criativas e inovadoras.
- Desenvolver a visão sistêmica, identificando soluções, respeitando aspectos culturais, éticos, ambientais e sociais no âmbito local, regional e internacional.
- Evidenciar o uso de pensamento crítico em situações adversas.

► **Objetivos de Aprendizagem**

- Modelar problemas e aplicar o ferramental de simulação discreta de eventos discretos como instrumento de apoio à decisão com ênfase em negócios digitais.

► **Ementa**

- Conceitos básicos de Teoria das filas. Conceitos fundamentais de simulação. Dados de entrada: testes de aderência e distribuições probabilísticas: exponencial, triangular, normal, uniforme. Simulação de Monte Carlo. Modelagem: entidades, processos e recursos, métricas de saída e validação de modelos de simulação. Técnicas de animação. Projeto de simulação aplicado à operações do comércio eletrônico: coleta de dados, modelagem; validação do modelo; elaboração de alternativas e cenários; análise de resultados e implementação.

► **Metodologias Propostas**

- Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

► **Instrumentos de Avaliação Propostos**





- ▶ As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

- ▶ **Bibliografia Básica**

- PRADO, D. Teoria das filas e da simulação. 5. ed. Nova Lima: Falconi, 2017. ISBN . 9788555560194
- _____. Usando o Arena em simulação. Vol. 3. Série pesquisa operacional. Nova Lima: Falconi, 2021 ISBN 9788598254708.
- BASSANEZI, R. C. Modelagem matemática: teoria e prática. São Paulo: Contexto, 2015. ISBN 8572448934

- ▶ **Bibliografia Complementar**

- ALVES, P. V. **Jogos e simulações de empresas**. Rio de Janeiro: Alta Books, 201. ISBN 8576089386
- CAVALCANTI, R. **Modelagem de processos de negócios**: roteiros para realização de projetos de modelagem de processos de negócios. Rio de Janeiro: Brasport, 2017. ISBN 8574528560

6.6.5 – JLG-047 – Transporte de cargas especiais – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Identificar a inter-relação das atividades empresariais com o meio ambiente, tanto no que se refere à utilização de recursos escassos quanto aos aspectos ambientais, sociais e de governança.
- ▶ Desenvolver a visão sistêmica, identificando soluções, respeitando aspectos culturais, éticos, ambientais e sociais no âmbito local, regional e internacional.
- ▶ Evidenciar o uso de pensamento crítico em situações adversas.

- ▶ **Objetivos de Aprendizagem**

- ▶ Gerenciar as operações de expedição (embalagem), do recebimento, da armazenagem, da movimentação e do transbordo de cargas perigosas, indivisíveis e especiais, considerando as suas diversas classes e subclasses, nos diversos modais de transporte do comércio eletrônico.

- ▶ **Ementa**

- ▶ Classificação, definição e identificação das classes e subclasses dos produtos químicos perigosos; Números ONU e nomes apropriados para embarque; precedência das características de risco; prescrições de serviços e manuseio para cada classe e também relativas aos transportes em rodovias e ferrovias. Conhecimentos sobre os procedimentos de auxílio disponíveis para serem acionados em caso de acidente. PNRS, ANTT, CETESB, ABQUIM, SASSMAQ. Resoluções, Convenções, Normas e Legislação Nacionais e Internacionais sobre o tema.

- ▶ **Metodologias Propostas**

- ▶ Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

- ▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**





- As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

Bibliografia Básica

- CAIXETA FILHO, J. V.; MARTINS, R. S. (Org.). **Gestão logística do transporte de cargas**. São Paulo: Atlas, 2018. ISBN 9788522494637
- CAMPOS, Alexandre de, GOULART, Verci Douglas Garcia. **Logística de transporte: Gestão estratégica no transporte de cargas**. 1.ed. São Paulo: Editora Érica, 2018. 9788536527376.
- SARDINHA, J.C. Transporte Rodoviário De Cargas e Produtos Perigosos - Legislação Nacional e Internacional. Belo Horizonte: Editora BH, 2009. 9788588239463

Bibliografia Complementar

- SILVA, E. P. Amarração de Cargas. São Paulo: Editora Albatroz, 2016. ISBN 9788568878781
- BRASIL. **Convenção da Basiléia** - Decreto n. 875, de 19 de julho de 1993; e Resolução Conama n. 452, 02 de julho de 2012.

6.6.6 – INF-060 – Análise de dados aplicada ao comércio eletrônico – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Aplicar ferramentas de tecnologia da informação em negócios digitais.
- Demonstrar capacidade de resolver problemas complexos e propor soluções criativas e inovadoras.
- Evidenciar o uso de pensamento crítico em situações adversas.
- Elaborar, gerenciar e apoiar projetos, identificando oportunidades e avaliando os riscos inerentes.

Objetivos de Aprendizagem

- Conhecer as ferramentas avançadas e as tendências tecnológicas para negócios digitais, que possibilitam a análise de dados.

Ementa

- Análise e modelagem de dados: identificação, limpeza, transformação, noções e modelagem de banco de dados relacionais para insights significativos e úteis. Introdução ao *block chain* aplicado. Inteligência de Negócios Digitais: relatórios e painéis de controle (uso do Excel e Power BI).

Metodologias Propostas

- Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

Instrumentos de Avaliação Propostos

- As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática





e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

▶ **Bibliografia Básica**

• BONEL, Claudio. **Power Bi Black Belt**. São Paulo: Clube de Autores, 2019. ISBN 9788571381315

• FRAGA, A. **Microsoft Power BI: Gráficos, Banco de Dados e Configuração de Relatórios**. [s.l.] 1.ed. Alta Books, 2019. ISBN 9788550806877.

• MCFEDRIES, P. **Análise de Dados com Excel Para Leigos**. 4. ed. São Paulo: Alta Books, 2020. ISBN 9788550808413.

▶ **Bibliografia Complementar**

▶ SHARDA, R.; DELEN, D.; BRODBECK, A. **Business Intelligence e Análise de Dados para Gestão do Negócio**. 4.ed. São Paulo: Bookman, 2019. ISBN 9788582605196

▶ SILVA, R. F. **Power BI em 100 Páginas: Aprenda os fundamentos de forma rápida e prática**. São Paulo: Independently Published, 2020. ISBN 9781660481491

6.6.7 – ADM-049 – Otimização de mecanismos de busca – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Aplicar ferramentas de tecnologia da informação em negócios digitais.
- ▶ Demonstrar capacidade de resolver problemas complexos e propor soluções criativas e inovadoras.
- ▶ Evidenciar o uso de pensamento crítico em situações adversas.
- ▶ Elaborar, gerenciar e apoiar projetos, identificando oportunidades e avaliando os riscos inerentes

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

▶ Conhecer as ferramentas de busca, visando elaborar palavras chaves e *link building*, possibilitando construir mensagens para “e-consumidores”.

▶ **Ementa**

▶ Introdução à otimização de mecanismos de busca (SEO). Classificação em SEO. Introdução às ferramentas de busca. Mapas de site. Uso de palavras chaves. *link building*. Utilitários e ferramentas para SEO. Políticas para as redes sociais. Construção de mensagens para “e-consumidores”.

▶ **Metodologias Propostas**

▶ Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

▶ As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

▶ **Bibliografia Básica**





- ALMEIDA, A. SEO prático: seu site na primeira página nas buscas. São Paulo: Casa do Código, 2015. ISBN 8555190347
- MILLER, D. Storybrand: crie mensagens claras e atraia a atenção dos clientes para sua marca. Rio de Janeiro: Alta Books, 2019. ISBN 8550804592
- SHENOY, A.; PRABHU, A. Introdução ao SEO: seu guia rápido às práticas eficientes de SEO. São Paulo: Novatec, 2016. ISBN 8575225278

▶ **Bibliografia Complementar**

- ELIAS, M. **Fundamentos básicos e avançados de SEO**. Rio de Janeiro: Brasport, 2013. ISBN 8574526002
- ROWLLES, D. **Digital branding**: estratégias, táticas e ferramentas para impulsionar seu negócio na era digital. São Paulo: Autêntica Business, 2019. ISBN 8551306162

6.6.8 – ING-246 – Inglês VI – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Comunicar-se em língua estrangeira.
- ▶ Desenvolver comunicação interpessoal, compreensão e interpretação em situações que envolvam expressão de ideias, negociação, análise e elaboração de documentos na língua-alvo, na área de atuação profissional.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Interpretar e produzir textos orais e escritos, relacionados à vida pessoal, profissional e acadêmica. Elaborar, resumir e explicar documentos relacionados à atuação profissional, como relatórios, folhetos e material para o meio virtual. Participar de reuniões, discussões, entrevistas e apresentações orais com maior espontaneidade, polidez e encadeamento de ideias. Falar sobre possibilidades, necessidades, obrigações e permissões. Negociar, estabelecendo condições.

▶ **Ementa**

- ▶ Aperfeiçoamento do uso das funções comunicativas da língua inglesa, por meio da compreensão e produção oral e escrita, com uso de repertório léxico-gramatical apropriado, com maior espontaneidade, abordando aspectos socioculturais, nos contextos pessoal, acadêmico, e na área de formação profissional.

▶ **Metodologias Propostas**

- ▶ Aulas expositivo-dialogadas, apresentações orais, dramatização (role-play), gamificação e atividades em pares/grupos.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

- ▶ Avaliação Formativa - exercícios para prática e produção oral e escrita ao longo do curso (com feedback e plano de ações); Avaliação Somativa - provas ou trabalhos, individuais ou em grupo, que avaliem tanto a escrita e leitura, quanto a oralidade e compreensão auditiva.

▶ **Bibliografia Básica**

- HUGES, J. et al. Business result pre-intermediate: student's book with online practice. 2nd edition. New York: Oxford University Press, 2017. ISBN 9780194738767.





- O'KEEFFE, M. et al. Business partner A2+: coursebook with digital resources. São Paulo: Pearson Universidades, 2020. ISBN 9781292233536.
- OXENDEN, C.; LATHAM-KOENIG, C. American english file 2: student's book Pk with online practice. 3rd edition. New York: Oxford University Press, 2019. ISBN 9780194906395.

▸ **Bibliografia Complementar**

- CARTER, R.; NUNAN, D. **Teaching english to speakers of other languages**. Cambridge: Cambridge University Press, 2015. ISBN 9781138824676.
- POWELL, M. et al. **In Company 3.0**: pre-intermediate. 3rd edition. São Paulo: Macmillan do Brasil, 2015. ISBN 9780230455115.

6.6.9 – CEE-056 – Inovação e empreendedorismo – Oferta Presencial – Total de - aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Aplicar as boas práticas específicas da disciplina, no sentido de agregar valor ao produto, aos serviços e ao cliente.
- Demonstrar capacidade de resolver problemas complexos e propor soluções criativas e inovadoras;
- Desenvolver a visão sistêmica, identificando soluções, respeitando aspectos culturais, éticos, ambientais e sociais no âmbito local, regional e internacional
- Empreender ações inovadoras, analisando criticamente a organização, antecipando e promovendo transformações
- Elaborar, gerenciar e apoiar projetos, identificando oportunidades e avaliando os riscos inerentes

▸ **Objetivos de Aprendizagem**

- Desenvolver as competências necessárias à construção de negócios e discutir os impactos da inovação e empreendedorismo em negócios digitais. Elaborar um plano de negócio.

▸ **Ementa**

- Fundamentos do Empreendedorismo e Inovação. Conceitos de Inovação voltados a negócios digitais. Empreendedorismo e o desenvolvimento econômico. O indivíduo empreendedor. A criação de novas empresas: Plano de Negócios e formas de financiamento dos empreendimentos. O empreendedorismo coletivo e sua importância para as pequenas empresas. O empreendedorismo corporativo ou intraempreendedorismo. O ambiente e a ação empreendedora: influência dos aspectos sociais e culturais e o papel do estado. Promoção de empreendimentos inovadores. Utilização de software para desenvolvimento de Plano de Negócios. Conceitos sobre startups e negócios digitais. Metodologia Canvas.

▸ **Metodologias Propostas**

- As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

▸ **Instrumentos de Avaliação Propostos**





- As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.
- **Bibliografia Básica**
 - DORNELAS, J; BIM, A.; FREITAS, G.; USHIKUBO, R. **Plano de Negócios com o Modelo Canvas**. 1.ed. São Paulo: LTC, 2015. ISBN 9788521629634
 - DORNELAS, J. **Empreendedorismo na Prática** – Mitos e verdades do empreendedor se sucesso. 3.ed. São Paulo: LTC, 2015. ISBN 9788521627920
 - PATRÍCIO, P; CANDIDO, C. R. **Empreendedorismo, uma perspectiva Multidisciplinar**. 1.ed. São Paulo: LTC, 2016. ISBN 9788521630432
- **Bibliografia Complementar**
 - CHIAVENATO, I. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2021. ISBN 9788597026801
 - DORNELAS, J C A. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 7.ed. São Paulo: Empreende, 2018. ISBN 9788566103052.





7. Outros Componentes Curriculares

7.1 Trabalho de Graduação

☒ Previsão deste componente no CST em Gestão de Comércio Eletrônico.

Sigla	Total de horas	Obrigatoriedade
TCE-006/TCE-006/TCE-007	160 horas	Obrigatório a partir do 5º Semestre

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Realizar uma pesquisa científica, na área de atuação profissional, proporcionada pelo CST em processo de conclusão.
- ▶ Demonstrar capacidade de resolver problemas complexos e propor soluções criativas e inovadoras.
- ▶ Desenvolver a visão sistêmica, identificando soluções, respeitando aspectos culturais, éticos, ambientais e sociais no âmbito local, regional e internacional.
- ▶ Evidenciar o uso de pensamento crítico em situações adversas.
- ▶ Administrar conflitos, quando necessário, estabelecer relações e propor um ambiente colaborativo, incentivando o trabalho em equipe.

Objetivos de Aprendizagem

Identificar e aplicar os tipos de pesquisa e métodos científicos de acordo com a proposta do curso. Realizar pesquisa científica e tecnológica, de acordo com normas aplicáveis. Realizar a entrega do produto de sua pesquisa.

Ementa

Articulação entre teoria e prática com o desenvolvimento de atividade de estudo, pesquisa, envolvendo conhecimentos e atividades da área do curso, devidamente orientados pelo docente.

Bibliografia Básica

- MANZANO; L. N. G.; MANZANO; M. I. N. G. **Trabalho de conclusão de curso:** utilizando Office 365 ou Word 2016. São Paulo: Érica, 2017. ISBN 8536523719
- NIELSEN, F. A. G.; OLIVO, R. L. F.; MORILHAS, R. J. **Guia prático para elaboração de monografias, dissertações e teses em administração.** São Paulo: Saraiva Uni, 2017. ISBN 8547223118
- NOVAS; S.P. C. **TCC:** trabalho de conclusão de curso: uma abordagem leve, divertida e prática. São Paulo: Saraiva Uni, 2017. ISBN 8571440689)

Bibliografia Complementar

- SALOMON; D. V. **Como fazer uma monografia.** São Paulo: Martins Fontes, 2014. ISBN 9788578279004)





- Orientações internas sobre Estágio obrigatório. Disponível em:
<http://www.fatecitaqua.edu.br/fatecitaqua/>

• |

7.2 Estágio Curricular Supervisionado

☒ Previsão deste componente no CST em Gestão de Comércio Eletrônico.

Sigla	Total de horas	Obrigatoriedade
ECE-003	240 horas	Obrigatório a partir do 1º Semestre

Objetivos de Aprendizagem

Dentro do setor de Tecnologia em Gestão de Comércio Eletrônico, o aluno será capaz de desenvolver habilidades para analisar situações; resolver problemas e propor mudanças no ambiente profissional; buscar o aperfeiçoamento pessoal e profissional, na aproximação dos conhecimentos acadêmicos com as práticas de mercado; vivenciar as organizações e saber como elas funcionam; perceber a integração da faculdade/empresa/comunidade, identificando-se com novos desafios da profissão, ampliando os horizontes profissionais oferecidos pelo mundo do trabalho.

Ementa

O Estágio Curricular Supervisionado complementa o processo de ensino-aprendizagem através da aplicação dos conhecimentos adquiridos no CST em Gestão de Comércio Eletrônico em situações reais no desempenho da futura profissão. O discente realiza atividades práticas, desenvolvidas em ambientes profissionais, sob orientação e supervisão de um docente da faculdade e um responsável no local de estágio. Equiparam-se ao estágio as atividades de extensão, de monitoria, iniciação científica e/ou desenvolvimento tecnológico e inovação* na Educação Superior, desenvolvidas pelo estudante.

* As atividades de pesquisa aplicada desenvolvidas em projetos de iniciação científica e/ou iniciação em desenvolvimento tecnológico e inovação, se executadas, podem ser equiparadas como Estágio Curricular ou como Trabalho de Graduação, desde que sejam comprovadas, no mínimo, as cargas horárias totais respectivas a cada atividade, sem haver sobreposição.

O estágio pode ser iniciado em qualquer um dos semestres e o obrigatório será a partir do 1º. Semestre.

Bibliografia Básica

- ALMEIDA; M. I. (org.); PIMENTA; S. G. (org.). **Estágios supervisionados na formação do docente**. São Paulo: Cortez, 2014. ISBN 8524922508
- BURIOLLA, M. A. F. **O estágio supervisionado**. São Paulo: Cortez, 2018. ISBN 8524914009
- PIETROBOM, S. R. G. **Estágio supervisionado na graduação: experiências e perspectivas**. São Paulo: CRV, 2020. ISBN 856248024X

Bibliografia Complementar

- NUNES, M. M. A. C. **O poder do estágio supervisionado: reflexões sobre as práticas pedagógicas reflexivas e as metodologias ativas**. São Paulo: CRV, 2021. ISBN 6525120470
- Orientações internas sobre **Estágio obrigatório**. Disponível em:
<http://www.fatecitaqua.edu.br/fatecitaqua/>





7.3 AACC - Atividades Acadêmico-Científico-Culturais

☐ Previsão deste componente no CST em Gestão de Comércio Eletrônico.





8. Quadro de Equivalências (em caso de reestruturação)

O Quadro de equivalências é utilizado somente quando o curso passa por reestruturação e quando se verifica a necessidade de apontar a equivalência entre componentes curriculares.

No CST em Gestão de Comércio Eletrônico, são previstas equivalências de carga horária entre matrizes curriculares.

Nome do componente (matriz anterior)	CH	Nome do componente (matriz vigente)	CH
Logística empresarial	80	Logística urbana	80
Fundamentos de administração	40	Modelos organizacionais para negócios digitais	80
Matemática aplicada	80	Matemática para negócios digitais	80
Métodos para produção do conhecimento	40	Métodos para produção do conhecimento	40
Informática aplicada à logística	80	Ferramentas eletrônicas de gestão	40
Comunicação e expressão	40	Comunicação e expressão	80
Inglês para logística I	40	Inglês I	40
Modalidade e intermodalidade	80	Modos de transporte do comércio eletrônico	80
Logística verde	40	Meio ambiente, social e governança	80
Gestão de equipes	40	Liderança e gestão de pessoas	40
Estatística aplicada à gestão	80	Estatística aplicada a negócios digitais	80
Espanhol I	40	Espanhol I	40
Inglês para logística II	40	Inglês II	40
Pesquisa operacional	80	Pesquisa operacional para negócios digitais	80
Economia e finanças empresariais	80	Economia e finanças para negócios digitais	80
Administração de materiais	80	Previsão de demanda e gestão de estoques do comércio eletrônico	80
Fundamentos de gestão da qualidade	40	Fundamentos de gestão da qualidade	40
Matemática financeira	40	Fundamentos de gestão financeira para negócios digitais	40
Espanhol II	40	Espanhol II	40
Inglês para logística III	40	Inglês III	40
Fundamentos de marketing	40	Princípios de marketing digital	40
Gestão de produção e operações	80	Gestão de serviços para negócios digitais	80
Métodos quantitativos de gestão	80	Modelagem de processos quantitativos para negócios digitais	80
Sistemas de movimentação e transporte	40	Sistemas e estruturas de operações do comércio eletrônico	40
Gestão tributária nas operações logísticas	40	Gestão fiscal para negócios digitais	40
Embalagens e unitização	40	Sistemas de embalagens para o comércio eletrônico	40
Cálculo aplicado a processos logísticos	40	Fundamentos de cálculo aplicado a negócios digitais	40
Inglês para logística IV	40	Inglês IV	40





▶ Custos e tarifas logísticas	▶ 80	▶ Contabilidade e custos	▶ 80
▶ Gestão da cadeia de suprimentos	▶ 80	▶ Estratégias de fornecimento e distribuição comércio eletrônico	▶ 80
▶ Movimentação e armazenagem	▶ 80	▶ Intralogística do comércio eletrônico	▶ 80
▶ Tecnologia de transporte	▶ 40	▶ Tecnologia de veículos do comércio eletrônico	▶ 40
▶ Contabilidade gerencial	▶ 40	▶ Fundamentos de Contabilidade	▶ 40
▶ Inglês para logística V	▶ 40	▶ Inglês V	▶ 40
▶ Comércio exterior e logística	▶ 80	▶ Comércio eletrônico no comércio exterior	▶ 80
▶ Gestão de transporte de carga e roteirização	▶ 80	▶ Roteirização e programação do transporte do e-commerce	▶ 80
▶ Simulação em logística	▶ 80	▶ Simulação de processos do comércio eletrônico	▶ 80
▶ Transporte de cargas especiais e perigosas	▶ 40	▶ Transporte de cargas especiais	▶ 40
▶ Logística digital	▶ 40	▶ Análise de dados aplicada ao comércio eletrônico	▶ 40
▶ Inglês para logística VI	▶ 40	▶ Inglês para negócios VI	▶ 40
▶ Inovação e empreendedorismo	▶ 40	▶ Inovação e empreendedorismo	▶ 40





9. Perfis de Qualificação

9.1 Corpo Docente

Para o exercício do magistério nos cursos de Educação Profissional Tecnológica de Graduação, a resolução CNE de nº1 (BRASIL, 2021) prevê que o docente deve possuir a formação acadêmica exigida para o nível superior, nos termos do art. 66 da Lei de nº 9394 (BRASIL, 1996).

A qualificação do corpo docente do CST em (Gestão de Comércio Eletrônico) atende o disposto no art. 1º, incisos I, II, e 1º da Deliberação CEE de nº 145, prevendo professores portadores de diploma de pós-graduação *stricto sensu*, obtidos em programas reconhecidos ou recomendados na forma da lei, e portadores de certificado de especialização em nível de pós-graduação na área da disciplina que pretendem lecionar. Além do perfil de qualificação supracitados, para os professores de disciplinas profissionalizante exige-se experiência profissional relevante na área que se irá lecionar. (SÃO PAULO, 2016).

9.2 Auxiliar Docente e Técnicos-Administrativos

A qualificação dos auxiliares docente atente ao disposto previsto na Lei Complementar de nº 1044 (SÃO PAULO, 2008), conforme previsto no artigo 12, inciso III, em que o auxiliar docente necessita ser portador de diploma de formação em Educação Profissional Técnica de Nível Médio, com habilitação específica na área de atuação.

O corpo técnico-administrativos inerentes ao CST em (Nome do Curso) é composto por Diretor de Unidade de Ensino, Coordenador de Curso, Diretor de Serviço Acadêmico, Diretor de Serviço Administrativo, Auxiliar Administrativo e Bibliotecário.

9.2.1 Relação dos componentes com respectivas áreas

Para descrição da relação entre componentes curriculares e área, foi consultada a Tabela de Áreas, Versão 2.19.0, publicada em 14/10/2022.

	Componente	Status	Áreas existentes
	1º Semestre		
1	Projeto Integrador para o comércio eletrônico	Novo componente	INTERDISCIPLINAR - Básica ou Profissionalizante
2	Matemática para negócios digitais	Novo componente	Matemática e Estatística Engenharia e tecnologia de produção
3	Logística urbana	Novo componente	Administração e negócios Engenharia e tecnologia de produção Transportes e serviços
4	Modelos organizacionais para negócios digitais	Novo componente	Administração e negócios
5	Métodos para produção do conhecimento	Componente existente	INTERDISCIPLINAR - Básica ou Profissionalizante
6	Ferramentas eletrônicas de gestão	Novo componente	Administração e negócios Ciência da computação Engenharia e tecnologia de produção
7	Comunicação e Expressão	Componente existente	Letras e Linguística
8	Inglês I	Novo componente	Letras e Linguística





2º Semestre			
1	Projeto Integrador para última milha	Novo componente	INTERDISCIPLINAR - Básica ou Profissionalizante
2	Modos de transporte do comércio eletrônico	Novo componente	Administração e negócios Engenharia e tecnologia de produção Transporte e serviços
3	Meio ambiente, social e governança	Novo componente	Administração e negócios Ciências ambientais e saneamento Ciências biológicas Ciências da terra
4	Fundamentos de contabilidade	Novo componente	Administração e negócios Contabilidade e finanças
5	Estatística aplicada a negócios digitais	Novo componente	Engenharia e Tecnologia de Produção Matemática e estatística
6	Direito para negócios digitais	Componente existente	Direito
7	Fundamentos de cálculo aplicado a negócios digitais	Novo componente	Matemática e Estatística
8	Comportamento do consumidor na era digital	Novo componente	Administração e negócios Marketing e publicidade
9	Inglês II	Componente existente	Letras e Linguística
3º Semestre			
1	Projeto Integrador de demanda e estoques	Novo componente	INTERDISCIPLINAR - Básica ou Profissionalizante
2	Pesquisa operacional para negócios digitais	Novo componente	Administração e negócios Engenharia e tecnologia de produção Matemática e estatística
3	Economia e finanças para negócios digitais	Novo componente	Administração e negócios Ciências políticas e econômicas
4	Previsão de demanda e gestão de estoques do comércio eletrônico	Novo componente	Administração e negócios Engenharia e tecnologia de produção
5	Fundamentos de gestão da qualidade	Componente existente	Administração e negócios Engenharia e tecnologia de produção
6	Fundamentos de gestão financeira para negócios digitais	Novo componente	Administração e negócios Contabilidade e finanças Matemática e estatística
7	Espanhol I	Novo componente	Letras e Linguística
8	Inglês III	Novo componente	Letras e Linguística
9	Sistemas de gerenciamento eletrônico	Novo componente	Administração e negócios Marketing e publicidade
4º Semestre			
1	Projeto integrador de serviços para negócios digitais	Novo componente	INTERDISCIPLINAR - Básica ou Profissionalizante
2	Modelagem de processos quantitativos em negócios digitais	Novo componente	Engenharia e Tecnologia de Produção Matemática e estatística
3	Gestão de serviços para negócios digitais	Novo componente	Administração e negócios Engenharia e Tecnologia de Produção
4	Sistemas e estruturas de operações do comércio eletrônico	Novo componente	Administração e negócios Engenharia e Tecnologia de Produção Transportes e serviços
5	Gestão fiscal para negócios digitais	Novo componente	Administração e negócios Contabilidade e Finanças Engenharia e Tecnologia de Produção
6	Sistemas de embalagens para o comércio eletrônico	Novo componente	Administração e negócios Engenharia e Tecnologia de Produção
7	Espanhol II	Novo componente	Letras e Linguística
8	Inglês IV	Novo componente	Letras e Linguística
9	Princípios de marketing digital	Novo componente	Administração e negócios Marketing e Publicidade





5° Semestre			
1	Projeto Integrador de marketplace	Novo componente	INTERDISCIPLINAR - Básica ou Profissionalizante
2	Contabilidade e custos	Novo componente	Administração e negócios Contabilidade e finanças
3	Estratégias de fornecimento e distribuição do comércio eletrônico	Novo componente	Administração e negócios Engenharia e Tecnologia de Produção
4	Intralogística do comércio eletrônico	Novo componente	Administração e negócios Engenharia e Tecnologia de Produção Transportes e Serviços
5	Tecnologia de veículos do comércio eletrônico	Novo componente	Administração e negócios Engenharia e Tecnologia de Produção Transportes e Serviços
6	Liderança e gestão de pessoas	Componente existente	Administração e negócios Psicologia
7	Fundamentos de gestão de mídias digitais	Novo componente	Administração e negócios Marketing e Publicidade
8	Inglês V	Novo componente	Letras e Linguística
9	Metodologias ágeis para tomada de decisão	Novo componente	Administração e negócios Ciência da computação Engenharia e Tecnologia de Produção
6° Semestre			
1	Projeto Integrador de desempenho do comércio eletrônico	Novo componente	INTERDISCIPLINAR - Básica ou Profissionalizante
2	Comércio eletrônico no comércio exterior	Novo componente	Administração e negócios Ciências políticas e econômicas
3	Roteirização e programação do transporte do comércio eletrônico	Novo componente	Administração e negócios Engenharia e Tecnologia de Produção Transportes e Serviços
4	Simulação de processos do comércio eletrônico	Novo componente	Administração e negócios Engenharia e Tecnologia de Produção
5	Transporte de cargas especiais	Novo componente	Administração e negócios Engenharia e Tecnologia de Produção Saúde e Segurança do Trabalho Transportes e Serviços
6	Análise de dados aplicada ao comércio eletrônico	Novo componente	Administração e negócios Ciência da computação Engenharia e Tecnologia de Produção
7	Otimização de mecanismos de busca	Novo componente	Administração e negócios Ciência da computação Marketing e Publicidade
8	Inglês VI	Novo componente	Letras e Linguística
9	Inovação e empreendedorismo	Componente existente	Administração e negócios





10. Infraestrutura Pedagógica

10.1 Resumo da infraestrutura disponível

O quadro a seguir resume a infraestrutura disponível para utilização do CST em Gestão de Comércio Eletrônico. O detalhamento, assim como a relação com os componentes curriculares estão adiante.

Qntd.	Laboratórios ou Ambientes	Localização	Especificações (capacidade, etc)
10	Salas de aula	Na unidade	Capacidade para 40 alunos.
2	Laboratório de Informática Básica	Na unidade	Laboratório com 20 notebooks, Sistema Operacional 64 Bits Windows 10. Capacidade para 40 alunos em cada laboratório.
1	Auditório	Na unidade	Capacidade para 200 pessoas.
1	Biblioteca	Na unidade	Com 10 computadores e 6 baias para notebooks
1	Sala de vídeo/aula	Na unidade	Capacidade para 60 alunos.
1	Sala de Apoio/Estudo	Na unidade	Com 8 computadores pra 8 alunos
1	Quadra esportiva coberta	Na unidade	Usada para eventos, esportes e formaturas
1	Área de Convivência	Na unidade	Convivência dos alunos e para atividades.

10.2 Laboratórios ou ambientes de aprendizagem associados ao desenvolvimento dos componentes curriculares

Tipo do laboratório ou ambiente		Localização
Laboratório de Informática Básica		Na unidade
Detalhamento		
Pacote MS 365 e Arena		
Componente		Semestre
▶ Laboratório de Informática com pacote MS 365 (disciplinas de matemática para negócios digitais e ferramentas de gestão)		1º Semestre
▶ Laboratório de Informática com pacote MS 365 (disciplinas de projeto integrador de última milha, modais de transporte do comércio eletrônico, estatística aplicada a negócios digitais e comportamento do consumidor na era digital)		2º Semestre
▶ Laboratório de Informática com pacote MS 365 (disciplinas de projeto integrador de demanda e estoques, pesquisa operacional para negócios digitais, previsão da demanda e gestão de estoques, gestão financeira para negócios digitais, princípios de marketing digital)		3º Semestre
▶ Laboratório de Informática com pacote MS 365 (disciplinas de projeto integrador de serviços para negócios digitais, modelagem de negócios para processos digitais, sistemas e estruturas de operações do comércio eletrônico e embalagem para o comércio eletrônico)		4º Semestre
▶ Laboratório de Informática com pacote MS 365 e SW WMS (disciplinas de projeto integrador de marketplace, movimentação e armazenagem do comércio eletrônico, contabilidade gerencial, gestão de mídias digitais e metodologias ágeis para tomada de decisão)		5º Semestre





- ▶ Laboratório de Informática com pacote MS 365 e SW Arena (disciplinas de projeto integrador de desempenho do comércio eletrônico, roteirização e programação do transporte do comércio eletrônico, simulação de processos do comércio eletrônico, análise de dados aplicada ao comércio eletrônico - com uso do Excel e Power BI – fundamentos de SEO)

6º Semestre

10.3 Apoio ao Discente

Conforme previsto em legislação, e com o objetivo de proporcionar aos discentes melhores condições de aprendizagem, a Fatec Itaquaquecetuba - R-04 oferece programas de apoio discente, tais como: recepção de calouros, atividades de nivelamento, programas de monitoria, bolsas de intercâmbio, participação em centros acadêmicos, representação em órgãos colegiados e ouvidoria.





11. Referências

BRASIL. Decreto nº 4281, de 25/06/2002. Regulamenta a Lei nº 9795, de 215 de abril de 1999, que institui a Política Nacional de Educação Ambiental, e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2002/d4281.htm Acesso em: 23 fev. 2022.

BRASIL. Decreto nº 5626, de 22/12/2005. Regulamenta a Lei nº 10436, de 24 de abril de 2002, que dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais - Libras. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2005/decreto/d5626.htm Acesso em: 11 maio 2022.

BRASIL. Lei nº 9394, de 20/12/1996. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19394.htm Acesso em: 02 mar. 2022.

BRASIL. Lei nº 9795, de 215/04/1999. Dispõe sobre a educação ambiental, institui a Política Nacional de Educação Ambiental e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19795.htm Acesso em: 02 mar. 2022.

BRASIL. Lei nº 10436, de 24/04/2002. Dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais - Libras e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110436.htm Acesso em: 11 maio 2022.

BRASIL. Ministério da Educação. Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia. Brasília: MEC, 2016. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=98211-cncst-2016-a&category_slug=outubro-2018-pdf-1&Itemid=30192 Acesso em: 02 mar. 2022.

BRASIL. Ministério da Educação. Resolução CNE/CP nº 1, de 05/01/2021. Define as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a Educação Profissional e Tecnológica. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=167931-rcp001-21&category_slug=janeiro-2021-pdf&Itemid=30192 Acesso em: 02 mar. 2022.

BRASIL. Ministério da Educação. Resolução CNE/CP nº 1, de 17/06/2004. Institui Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/res012004.pdf> Acesso em: 02 mar. 2022.

BRASIL. Ministério da Educação. Classificação Brasileira de Ocupações. 2017. Disponível em: <http://cbo.maisemprego.mte.gov.br> Acesso em: 02 mar. 2022.

CEETEPS. Deliberação nº 12, de 14/12/2009. Aprova o Regulamento Geral dos Cursos de Graduação das Faculdades de Tecnologia do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – CEETEPS. Disponível em: https://cesu.cps.sp.gov.br/wp-content/uploads/2022/03/regulamento_geral_fatecs.pdf Acesso em: 02 mar. 2022.

CEETEPS. Deliberação nº 31, de 215/09/2016. Aprova o Regimento das Faculdades de Tecnologia - Fatecs - do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – CEETEPS. Disponível em: https://cesu.cps.sp.gov.br/wp-content/uploads/2022/03/regimento_fatecs.pdf Acesso em: 02 mar. 2022.

CEETEPS. Deliberação nº 70, de 16/04/2021. Estabelece as diretrizes para os cursos de graduação das FATECs do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – CEETEPS. Disponível em: https://www.imprensaoficial.com.br/DO/BuscaDO2001Documento_11_4.aspx?link=%2f2021%2fexecutivo%2520secao%2520i%2fabril%2f16%2fpag_0060_3132249dd1158dacd542517123687d84.pdf&pagina=60&data=16/04/2021&caderno=Executivo%20I&paginaordenacao=100060 Acesso em: 02 mar. 2022.

SÃO PAULO. Deliberação CEE nº 106, de 16/03/2011. Dispõe sobre prerrogativas de autonomia universitária ao Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – CEETEPS. Disponível em: <http://www.ceesp.sp.gov.br/ceesp/textos/2011/25-2011-DEL-106-2011-e-IND-109-2011.pdf> Acesso em: 02 mar. 2022.

SÃO PAULO. Deliberação CEE nº 145, de 215/07/2016. Fixa normas para a admissão de docentes para o exercício da docência em cursos de estabelecimentos de ensino superior, vinculados ao sistema estadual de ensino de São Paulo, e os percentuais de docentes para os processos de credenciamento, recredenciamento, autorização de funcionamento, reconhecimento e renovação de reconhecimento. Disponível em: <http://www.ceesp.sp.gov.br/ceesp/textos/2016/286-05-Del-145-16-Ind-150-16.pdf> Acesso em: 02 mar. 2022.

SÃO PAULO. Lei Complementar nº 1044, de 13/05/2008. Institui o Plano de Carreiras, de Empregos Públicos e Sistema Retributório dos servidores do Centro Estadual de Educação Tecnológica "Paula Souza" - CEETEPS. Disponível em: <https://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/lei.complementar/2008/alteracao-lei.complementar-1044-13.05.2008.html> Acesso em: 08 mar. 2022.





12. Referências das especificidades locais

Não consta





13. Anexos

DETALHAMENTO DOS PROGRAMAS OU PROJETOS DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

1º SEMESTRE – PROJETO INTEGRADOR PARA O COMÉRCIO ELETRÔNICO

Título	Fundamentos de Gestão do Comércio eletrônico
Temática	Desenvolvimento de projetos e/ou pesquisas sobre as principais atividades e recursos ligados ao comércio eletrônico.
Descrição	Os estudantes irão desenvolver pesquisas e/ou projetos que unifiquem os conhecimentos das demais disciplinas do 1º semestre, criando escopos de empreendimentos que possibilitem a operação de um negócio digital ou atuarão com diagnósticos empresariais para instituições (micro e pequenas empresas), formalizando o processo de atuação e sugerindo melhorias, quando necessário.
Objetivos	Para discentes: 1) desenvolver projetos que integrem os conhecimentos adquiridos e criem visões sobre viabilidade de implantação de negócios no comércio eletrônico; 2) desenvolver a capacidade de análise crítica em ambientes comerciais virtuais. Para a comunidade externa: receber assessoria e informações relevantes que afetam a gestão do comércio eletrônico. Para a instituição: 1) criar memória científica com base nas atividades cotidianas, sociais e culturais da unidade de Itaquaquecetuba; 2) identificar oportunidade de melhorias em empresas de comércio eletrônico da região.
Carga horária	33 horas de extensão
Público-alvo	• Empresas e instituições da região; • Profissionais de diversas áreas; • Pessoas que queiram iniciar um negócio em comércio eletrônico.
Ações/Etapas de execução	1) Formação das equipes e definição das organizações ou indivíduos que serão incluídos no projeto, de acordo com as tendências observadas na região; 2) Coleta e análise de dados (pesquisa, entrevista, observações); 3) Desenvolvimento de diagnósticos e propostas de melhorias para empresas já no mercado ou criação de um projeto de uma empresa de comércio eletrônico para quem deseja iniciar um novo negócio ou implantar vendas por e-commerce; 4) Implementação e monitoramento das ações propostas; 5) Organização de evento aberto à comunidade; 6) Realização do evento. Obs.: Os projetos devem ser delineados de acordo com princípios metodológicos apresentados na disciplina de Métodos para a produção do conhecimento.





Entregas	Produção de artigos, documentos, relatórios e/ou sumário executivo com a proposta de negócio.
Instrumentos e procedimentos de avaliação	Os estudantes deverão entregar os documentos solicitados pelo professor e fazer a apresentação do evento à comunidade. O docente responsável utilizará o critério “Muito bom”, “Bom” ou “Insuficiente” ao final do semestre.
Componente(s) curricular(es) envolvidos	Projeto Integrador para o Comércio Eletrônico
Formas de evidência	Relatórios, planos de ação, apresentações, fotos e feedback dos beneficiados pelas ações.

2º SEMESTRE – PROJETO INTEGRADOR PARA ÚLTIMA MILHA

Título	Modais e seus impactos no meio ambiente
Temática	Desenvolvimento de projetos e/ou pesquisas sobre modais e seus impactos no meio ambiente
Descrição	Desenvolvimento de projetos e/ou pesquisas que realizem a análise dos modais utilizados em empresas da região e seus impactos no meio ambiente
Objetivos	Para discentes: desenvolver projetos que determinem o uso do modal mais adequado em empresas de comércio eletrônico da região, focando no menor impacto ao meio ambiente. Para a comunidade externa: receber assessoria e informações relevantes sobre os modais utilizados no transporte de produtos e os impactos causados ao meio ambiente. Para a instituição: 1) criar memória científica com base nas atividades cotidianas, sociais e culturais da unidade de Itaquaquecetuba; 2) identificar oportunidade de conscientização melhorias em empresas de comércio eletrônico da região.
Carga horária	33 horas de extensão
Público-alvo	• Empresas e instituições da região; • Profissionais de diversas áreas;
Ações/Etapas de execução	1) Formação das equipes e definição das organizações ou empresas que serão assistidas pelo projeto; 2) Coleta e análise de dados (pesquisa, entrevista, observações); 3) Desenvolvimento de diagnósticos e propostas de melhorias referentes ao transporte de produtos com foco no menor impacto ao meio ambiente; 4) Implementação e monitoramento das ações propostas; 5) Organização de evento aberto à comunidade; 6) Realização do evento. Obs.: Os projetos devem ser delineados de acordo com princípios metodológicos apresentados na disciplina de Métodos para a produção do conhecimento.
Entregas	Produção de artigo tecnológico, pôsteres e/ou documentos.





Instrumentos e procedimentos de avaliação	Os estudantes deverão entregar os documentos solicitados pelo professor e fazer a apresentação do evento à comunidade. O docente responsável utilizará o critério “Muito bom”, “Bom” ou “Insuficiente” ao final do semestre.
Componente(s) curricular(es) envolvidos	Projeto Integrador para o Comércio Eletrônico
Formas de evidência	Relatórios, planos de ação, apresentações, fotos e feedback dos beneficiados pelas ações.

3º SEMESTRE – PROJETO INTEGRADOR DE DEMANDA E ESTOQUES

Título	Gestão de materiais, estoque e demanda do comércio eletrônico
Temática	Desenvolvimento de projetos e/ou pesquisas acerca da gestão de materiais, estoque e demanda no comércio eletrônico.
Descrição	Os estudantes irão desenvolver projetos e/ou pesquisas para mensurar e gerir recursos vinculados às operações de negócios digitais de modo a evidenciar a capacidade dos docentes em resolver problemas complexos e propor soluções criativas e inovadoras.
Objetivos	Para discentes: desenvolver projetos e/ou pesquisas que incluam a dimensão e gestão de recursos vinculados às operações de negócios digitais com a proposição de soluções. Para a comunidade externa: receber assessoria e informações relevantes sobre a gestão de recursos vinculados às operações de comércio eletrônico. Para a instituição: 1) criar memória científica com base nas atividades cotidianas, sociais e culturais da unidade de Itaquaquetuba; 2) identificar oportunidade de conscientização melhorias em empresas de comércio eletrônico da região.
Carga horária	33 horas de extensão
Público-alvo	• Empresas e instituições da região; • Profissionais de diversas áreas;
Ações/Etapas de execução	1) Formação das equipes e definição das organizações ou empresas que serão assistidas pelo projeto; 2) Coleta e análise de dados (pesquisa, entrevista, observações); 3) Desenvolvimento de diagnósticos e propostas de melhorias referentes à gestão de recursos vinculados às operações de comércio eletrônico; 4) Implementação e monitoramento das ações propostas; 5) Organização de evento aberto à comunidade; 6) Realização do evento. Obs.: Os projetos devem ser delineados de acordo com princípios metodológicos apresentados na disciplina de Métodos para a produção do conhecimento.
Entregas	Produção de artigo, artigo tecnológico, pôsteres e/ou documentos.





Instrumentos e procedimentos de avaliação	Os estudantes deverão entregar os documentos solicitados pelo professor e fazer a apresentação do evento à comunidade. O docente responsável utilizará o critério “Muito bom”, “Bom” ou “Insuficiente” ao final do semestre.
Componente(s) curricular(es) envolvidos	Projeto Integrador de demanda e estoques
Formas de evidência	Relatórios, planos de ação, apresentações, fotos e feedback dos beneficiados pelas ações.

4º SEMESTRE – PROJETO INTEGRADOR DE SERVIÇOS PARA NEGÓCIOS DIGITAIS

Título	Gestão de serviços para negócios digitais
Temática	Desenvolvimento de projetos e/ou pesquisas acerca do planejamento e coordenação da movimentação física, incluindo o gerenciamento de pessoas e dos fluxos de informações.
Descrição	Os alunos irão desenvolver projetos e/ou pesquisas para planejar e coordenar a movimentação física, incluindo o gerenciamento de pessoas e dos fluxos de informações, de modo a desenvolver a visão sistêmica, identificando soluções, respeitando aspectos culturais, éticos, ambientais e sociais no âmbito local.
Objetivos	Para discentes: desenvolver projetos e/ou pesquisas que apliquem as técnicas e procedimentos de gestão da área de gestão de negócios digitais e sua estrutura de relações entre as várias sub funções. Para a comunidade externa: receber assessoria e informações relevantes sobre o planejamento e coordenação da movimentação física, incluindo o gerenciamento de pessoas e dos fluxos de informações. Para a instituição: 1) criar memória científica com base nas atividades cotidianas, sociais e culturais da unidade de Itaquaquecetuba; 2) identificar oportunidade de conscientização melhorias em empresas de comércio eletrônico da região.
Carga horária	33 horas de extensão
Público-alvo	• Empresas e instituições da região; • Profissionais de diversas áreas;
Ações/Etapas de execução	1) Formação das equipes e definição das organizações ou empresas que serão assistidas pelo projeto; 2) Coleta e análise de dados (pesquisa, entrevista, observações); 3) Desenvolvimento do projeto; 4) Implementação e monitoramento das ações propostas; 5) Organização de evento aberto à comunidade; 6) Realização do evento. Obs.: Os projetos devem ser delineados de acordo com princípios metodológicos apresentados na disciplina de Métodos para a produção do conhecimento.
Entregas	Produção de artigo, artigo tecnológico, pôsteres e/ou documentos.





Instrumentos e procedimentos de avaliação	Os estudantes deverão entregar os documentos solicitados pelo professor e fazer a apresentação do evento à comunidade. O docente responsável utilizará o critério “Muito bom”, “Bom” ou “Insuficiente” ao final do semestre.
Componente(s) curricular(es) envolvidos	Projeto Integrador de serviços para negócios digitais
Formas de evidência	Relatórios, planos de ação, apresentações, fotos e feedback dos beneficiados pelas ações.

5º SEMESTRE – PROJETO INTEGRADOR DE MARKETPLACE

Título	Gestão de mídias digitais
Temática	A comunicação no universo das mídias digitais com foco nas exigências da sociedade em rede.
Descrição	Os alunos irão desenvolver um plano de gestão de mídias digitais com foco nas exigências da sociedade em rede de modo a agregar valor ao produto, aos serviços e aos clientes.
Objetivos	Para discentes: desenvolver um plano de gestão de mídias digitais de modo a agregar valor ao produto, aos serviços e aos clientes, resolvendo problemas e propondo soluções criativas e inovadoras. Para a comunidade externa: receber assessoria e informações relevantes sobre o gerenciamento de mídias digitais. Para a instituição: 1) criar memória científica com base nas atividades cotidianas, sociais e culturais da unidade de Itaquaquecetuba; 2) identificar oportunidade de conscientização melhorias em empresas de comércio eletrônico da região.
Carga horária	33 horas de extensão
Público-alvo	• Empresas e instituições da região; • Profissionais de diversas áreas;
Ações/Etapas de execução	1) Formação das equipes e definição das organizações ou empresas que serão assistidas pelo projeto; 2) Coleta e análise de dados (pesquisa, entrevista, observações); 3) Desenvolvimento do projeto; 4) Implementação e monitoramento das ações propostas; 5) Organização de evento aberto à comunidade; 6) Realização do evento. Obs.: Os projetos devem ser delineados de acordo com princípios metodológicos apresentados na disciplina de Métodos para a produção do conhecimento.
Entregas	Elaboração de um plano de gestão de mídias digitais.
Instrumentos e procedimentos de avaliação	Os estudantes deverão entregar o plano de gestão de mídias digitais e fazer a apresentação do plano à comunidade. O docente responsável utilizará o critério “Muito bom”, “Bom” ou “Insuficiente” ao final do semestre.





Componente(s) curricular(es) envolvidos	Projeto Integrador de Marketplace.
Formas de evidência	Relatórios, planos de ação, apresentações, fotos e feedback dos beneficiados pelas ações.

5º SEMESTRE – LIDERANÇA E GESTÃO DE PESSOAS

Título	Gestão de equipes
Temática	Desenvolvimento de projetos e/ou pesquisas acerca da gestão de equipes, utilizando a tecnologia da informação como ferramenta de gerenciamento e comunicação de equipes.
Descrição	Os alunos irão criar e implementar programas de capacitação para funcionários de instituições da região de modo a desenvolver o capital humano como vantagem competitiva nas soluções para negócios digitais.
Objetivos	Para discentes: criar um projeto que contemple os aspectos de gestão de pessoas em equipes de trabalho em modelos de negócios digitais, utilizando a tecnologia da informação como ferramenta de gerenciamento e comunicação de equipes. Para a comunidade externa: receber assessoria e informações relevantes sobre gestão de pessoas. Para a instituição: 1) criar memória científica com base nas atividades cotidianas, sociais e culturais da unidade de Itaquaquetuba; 2) identificar oportunidade de conscientização melhorias em empresas de comércio eletrônico da região.
Carga horária	33 horas de extensão
Público-alvo	• Empresas e instituições da região; • Profissionais de diversas áreas;
Ações/Etapas de execução	1) Formação das equipes e definição das organizações ou empresas que serão assistidas pelo projeto; 2) Coleta e análise de dados (pesquisa, entrevista, observações); 3) Desenvolvimento do projeto; 4) Implementação e monitoramento das ações propostas; 5) Organização de evento aberto à comunidade; 6) Realização do evento. Obs.: Os projetos devem ser delineados de acordo com princípios metodológicos apresentados na disciplina de Métodos para a produção do conhecimento.
Entregas	Produção de artigos, pôsteres, documentos e/ou relatórios.
Instrumentos e procedimentos de avaliação	Os estudantes deverão entregar um projeto sobre gestão de pessoas assinalando as soluções para uma comunicação assertiva e eficiente, em negócios digitais. O docente responsável utilizará o critério “Muito bom”, “Bom” ou “Insuficiente” ao final do semestre.
Componente(s) curricular(es) envolvidos	Liderança e Gestão de pessoas
Formas de evidência	Relatórios, planos de ação, apresentações, fotos e feedback dos beneficiados pelas ações.



**6º SEMESTRE – PROJETO INTEGRADOR DE DESEMPENHO DO COMÉRCIO ELETRÔNICO**

Título	Painel de indicadores
Temática	Indicadores de desempenho para gerir atividades ligadas a negócios digitais.
Descrição	Os estudantes irão elaborar um painel de indicadores (dashboard) de processo ligado a negócios digitais, de modo a analisar criticamente uma organização, antecipando e promovendo transformações.
Objetivos	Para discentes: 1) elaborar um painel de indicadores (dashboard) de processo ligado a negócios digitais de modo a facilitar a tomada de decisões para ações preventivas e corretivas, utilizando tabelas dinâmicas, nas dimensões financeira, processo, sustentabilidade, social e governança de uma operação de comércio eletrônico. Para a comunidade externa: receber assessoria e informações relevantes sobre uma operação de comércio eletrônico por meio de painel de indicadores. Para a instituição: 1) criar memória científica com base nas atividades cotidianas, sociais e culturais da unidade de Itaquaquecetuba; 2) identificar oportunidade de melhorias em empresas de comércio eletrônico da região.
Carga horária	33 horas de extensão
Público-alvo	• Empresas e instituições da região; • Profissionais de diversas áreas; • Microempreendedores individuais.
Ações/Etapas de execução	1) Formação das equipes e definição das organizações ou indivíduos que serão incluídos no projeto, de acordo com as tendências observadas na região; 2) Coleta e análise de dados (pesquisa, entrevista, observações); 3) Desenvolvimento de diagnósticos e propostas de melhorias para empresas já no mercado ou criação de um projeto de uma empresa de comércio eletrônico para quem deseja iniciar um novo negócio ou implantar vendas por e-commerce; 4) Implementação e monitoramento das ações propostas; 5) Organização de evento aberto à comunidade; 6) Realização do evento. Obs.: Os projetos devem ser delineados de acordo com princípios metodológicos apresentados na disciplina de Métodos para a produção do conhecimento.
Entregas	Painel de indicadores de processo ligado a negócios digitais.
Instrumentos e procedimentos de avaliação	Os estudantes deverão entregar um painel de indicadores de processo ligado a negócios digitais e fazer a apresentação do painel à comunidade. O docente responsável utilizará o critério “Muito bom”, “Bom” ou “Insuficiente” ao final do semestre.





Componente(s) curricular(es) envolvidos	Projeto Integrador de desempenho do comércio eletrônico
Formas de evidência	Relatórios, planos de ação, apresentações, fotos e feedback dos beneficiados pelas ações.

5º e 6º SEMESTRES – TRABALHO DE GRADUAÇÃO

Título	Pesquisa científica
Temática	A pesquisa deverá ser feita de acordo com a área de atuação profissional do futuro egresso, contemplando as disciplinas ministradas no curso.
Descrição	Os estudantes realizarão uma pesquisa científica, na área de atuação profissional, articulando teoria e prática dos conteúdos estudados durante o curso.
Objetivos	Para discentes: elaborar uma pesquisa científica aplicando os tipos de pesquisa e métodos científicos de acordo com a proposta do curso, propondo soluções que respeitem aspectos culturais, éticos, ambientais e sociais no âmbito local. Para a comunidade externa: receber assessoria e informações relevantes sobre negócios digitais em uma das áreas contempladas pelo curso. Para a instituição: 1) criar memória científica com base nas atividades cotidianas, sociais e culturais da unidade de Itaquaquecetuba; 2) identificar oportunidade de conscientização melhorias em empresas de comércio eletrônico da região.
Carga horária	80 horas de extensão
Público-alvo	• Empresas e instituições da região; • Microempreendedores individuais; • Profissionais de diversas áreas;
Ações/Etapas de execução	7) Formação das equipes e definição das organizações ou empresas que serão assistidas pelo projeto; 8) Coleta e análise de dados (pesquisa, entrevista, observações); 9) Desenvolvimento de diagnósticos e propostas de melhorias referentes ao transporte de produtos com foco no menor impacto ao meio ambiente; 10) Implementação e monitoramento das ações propostas; 11) Organização de evento aberto à comunidade; 12) Realização do evento. Obs.: Os projetos devem ser delineados de acordo com princípios metodológicos apresentados na disciplina de Métodos para a produção do conhecimento.
Entregas	Produção de artigo, artigo tecnológico para publicação em revista indexada e/ou pôsteres para apresentação em feiras tecnológicas, simpósios e/ou congressos.
Instrumentos e procedimentos de avaliação	Os estudantes deverão entregar um artigo, artigo científico e/ou pôsteres e fazer a publicação ou exposição dos resultados à comunidade. O docente responsável utilizará o





	critério “Muito bom”, “Bom” ou “Insuficiente” ao final do semestre.
Componente(s) curricular(es) envolvidos	Trabalho de Graduação
Formas de evidência	Relatórios, planos de ação, apresentações, fotos e feedback dos beneficiados pelas ações.





|

