



# PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO

MBA

NÚCLEO: MARKETING

GESTÃO DE MARKETING

## Sumário

<b>A INSTITUIÇÃO.....</b>	<b>4</b>
<b>PERFIL E MISSÃO.....</b>	<b>5</b>
<b>DECLARAÇÕES INSTITUCIONAIS .....</b>	<b>7</b>
<b>PROPÓSITO, MISSÃO E VISÃO .....</b>	<b>7</b>
<b>HISTÓRICO DA INSTITUIÇÃO .....</b>	<b>8</b>
<b>CONTEXTUALIZAÇÃO DO CURSO .....</b>	<b>12</b>
<b>DADOS GERAIS DO CURSO .....</b>	<b>12</b>
<b>HISTÓRICO DO CURSO .....</b>	<b>13</b>
<b>INSERÇÃO REGIONAL DO CURSO .....</b>	<b>13</b>
<b>JUSTIFICATIVA DA OFERTA DO CURSO.....</b>	<b>16</b>
<b>ESTRUTURA DO CURSO .....</b>	<b>19</b>
<b>FORMAS DE ACESSO AO CURSO .....</b>	<b>22</b>
<b>ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA DO CURSO .....</b>	<b>22</b>
<b>DNA ATHON .....</b>	<b>23</b>
<b>INDICADORES CPA .....</b>	<b>24</b>
<b>ANÁLISE E TENDENCIA DE FUTURO - CCFUTURO.....</b>	<b>24</b>
<b>PERFIL DESEJADO DO EGRESSO DO CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO – MBA EXECUTIVO ATHON .....</b>	<b>26</b>
<b>SISTEMA DE AVALIAÇÃO DO CURSO.....</b>	<b>27</b>
<b>AVALIAÇÃO DOS PROCESSOS DE ENSINO-APRENDIZAGEM .....</b>	<b>29</b>
<b>AÇÕES DE MELHORIA DE APRENDIZAGEM.....</b>	<b>30</b>
<b>POLÍTICAS DE ENSINO .....</b>	<b>30</b>
<b>PROMOÇÃO DE AÇÕES INOVADORAS .....</b>	<b>31</b>
<b>OUVIDORIA .....</b>	<b>31</b>
<b>POLÍTICAS DE INCLUSÃO E ACESSIBILIDADE.....</b>	<b>39</b>
<b>COORDENAÇÃO DE CURSO .....</b>	<b>39</b>
<b>INFRAESTRUTURA.....</b>	<b>41</b>
<b>AUTOAVALIAÇÃO INSTITUCIONAL E DO CURSO.....</b>	<b>47</b>
<b>EMENTAS DAS DISCIPLINAS DO CURSO .....</b>	<b>51</b>
<b>LIDERANÇA EM GESTÃO DE PROJETOS E PROCESSOS.....</b>	<b>51</b>

<b>FINANÇAS GERENCIAIS.....</b>	<b>55</b>
<b>ESTRATÉGIA E CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS.....</b>	<b>57</b>
<b>CRIAÇÃO E ENTREGA DE VALOR AO CLIENTE .....</b>	<b>59</b>
<b>GESTÃO DE TALENTOS INTERGERACIONAIS .....</b>	<b>61</b>
<b>NEGÓCIOS DISRUPTIVOS.....</b>	<b>63</b>
<b>MENTORING PROJETO DE VIDA PESSOAL E PROFISSIONAL .....</b>	<b>65</b>
<b>BRANDING E-BRANDING .....</b>	<b>68</b>
<b>ANTROPOLOGIA DO CONSUMO .....</b>	<b>69</b>
<b>COMUNICAÇÃO INTEGRADA ON &amp; OFF .....</b>	<b>71</b>
<b>MIX DE MARKETING BASEADO EM VALOR .....</b>	<b>73</b>
<b>PREÇO DO PONTO DE VISTA DO CLIENTE .....</b>	<b>74</b>
<b>ESTRATÉGIAS DE CRM E SCM DIRIGIDAS AO MERCADO .....</b>	<b>76</b>
<b>RESULTS LABORATORY.....</b>	<b>78</b>



## A INSTITUIÇÃO

Mantenedora:

Escola Superior de Gestão de Negócios Ltda.

CNPJ: 03.363.565/0001-21

Representante Legal: Sandro C. Vidotto

Mantida:

Athon Ensino Superior

Endereço: Rua Artur Gomes, 51, Centro, Sorocaba/SP.

Base Legal: Recredenciada pela Portaria MEC No. 441 de 28/04/2020 e publicada no D.O.U. No 82, Seção 1, Pág. 63, de 30/04/2020.

**Dirigentes:**

**Diretor Geral**

**Sandro C. Vidotto**

Graduado em Administração de Empresas pela Associação de Ensino de Botucatu, Pós-Graduado em Administração de Recursos Humanos pela Universidade São Judas – SP e Mestre em Educação – Ensino Superior pela Universidade São Francisco - SP.

Ocupou cargos executivos na American Management Association, Dinheiro Vivo Agência de Informações Ltda., WVCA – Propaganda e Marketing, Rede Bandeirantes de Rádio, SENAC, ESPM, Athon Ensino Superior

Na carreira docente foi professor e exerceu a Chefia de Departamento de Ciências Econômicas e Administrativas na Universidade São Francisco SP; professor de graduação e pós-graduação na ESPM – Escola Superior de Propaganda e Marketing, da Universidade São Judas e na Athon Ensino Superior, tendo sido, nesta última, Diretor Acadêmico da Unidade Sorocaba.

**Diretor Administrativo-Financeiro:** Luiz Antonio Beldi Castanho.

Formado em Engenharia Industrial Modalidade Mecânica pela FEI – Faculdade de Engenharia Industrial em 1970 – São Paulo/SP. Pós-Graduação em Administração de Empresas, área Economia de Empresas pela Escola de Administração de Empresas de São Paulo, da fundação Getúlio Vargas em 1976. Pedagogia com especialização em Administração Escolar pela Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Itapetininga em 1986. Engenheiro de Segurança do Trabalho, Registro n.º 1.897.

Rua da Penha, 1181 - CEP18010-004  
Centro Sorocaba SP - 15 30425000  
[www.athonedu.com.br](http://www.athonedu.com.br)

Professor da Faculdade de Tecnologia de Sorocaba, da UNESP, de 1973 a 1977.

Diretor da Faculdade de Engenharia de Sorocaba, de 1977 a 1979.

Mantenedor e diretor do grupo Ágathos Educacional, entidade que congrega várias escolas de ensino fundamental, médio e superior nas cidades de Sorocaba, São Roque e Itapetininga, desde 1974.

Membro do Conselho de Administração do Grupo Ânima Educação de 2011 a 2016.

### **Diretor Acadêmico: Maurício Luís Marra**

Bacharel em Comunicação Social, na habilitação de Relações Públicas, pela Faculdade Cásper Líbero, de São Paulo – SP, Pós-Graduado em Teoria e Técnicas da Comunicação e Mestre em Comunicação na Contemporaneidade, também pela Faculdade Cásper Líbero.

Foi Socio diretor da Editora Rotor. Atuou em diversas agências de comunicação de São Paulo, como CL-A Comunicações, Inforpress Ltda, Pic SC Ltda e Sine Quad Non Ltda, para clientes como Grupo Brasmotor (Multibrás e Embraco), Grupo Ultra, Sabesp (Alto Paranapanema), Fila Equipamentos e Sistemas, Metagal, União pela Modernização da Indústria Automobilística, Universidade São Judas Tadeu, FASP – Faculdades Associadas São Paulo, Clube de Campo de São Paulo, Confederação Nacional do Trabalho (campanha “Nobel da Paz” pró Dom Paulo Evaristo Arns), Alcoa Embalagens, Associação Brasileira de Álcalis e Derivados do Cloro - ABICLOR, Associação Brasileira da Indústria de Base - ABDIB, Center Vale Shopping, Colégio Galileu Galilei e Associação dos Lojistas do Shopping Center 3, entre outros.

Atua na carreira docente desde 1995, lecionando na Graduação na Faculdade Cásper Líbero (São Paulo – SP), Fundação Karnig Bazarian (Itapetininga – SP) e Athon Ensino Superior (Sorocaba – SP). Foi professor pesquisador no CIP – Centro Interdisciplinar de Pesquisa da Faculdade Cásper Líbero por seis anos e coordenador dos cursos de comunicação na Athon Ensino Superior

Lecionou também diversas disciplinas nos cursos de MBA da Unimonte, em Santos – SP, e na Universidade Nilton Lins, em Manaus – AM e na Athon Ensino Superior de Sorocaba (atual ATHON). É Diretor Acadêmico da Athon Ensino Superior desde janeiro de 2012.

### PERFIL E MISSÃO

A Athon Ensino Superior é um centro de excelência em educação, nas áreas de Comunicação, Negócios, Engenharia, Direito, Tecnologia da Informação, Arquitetura e Urbanismo e Moda e Beleza, tendo como foco a inovação, a educação continuada e o desenvolvimento de habilidades técnicas e interpessoais, capacitando o egresso à

ocupação de postos de liderança, com espírito empreendedor e conhecimento sobre as dinâmicas da sociedade e do mercado.

O grande diferencial dos nossos alunos é a sua visão e compreensão completa da sociedade e do mercado, em suas complexidades e competitividade, adquiridas através do nosso modelo pedagógico, corpo docente, parcerias e desenvolvimento das habilidades técnicas, emocionais e sociais.

Como base dessa proposta, estão nossos valores, postura ética, a inovação e a excelência acadêmica implantada em nossos cursos.

Além disso, nossa política de investir no desenvolvimento e no aprimoramento dos nossos professores, programas, métodos educacionais e instalações sustenta a nossa constante busca pela excelência.

O corpo docente da Athon Ensino Superior está entre os melhores e mais experientes da região.

Contamos com profissionais atuantes no mercado, que buscam o aperfeiçoamento constante, para que possam estar um passo à frente das necessidades dos nossos alunos e dos mercados, local e global.

A Athon Ensino Superior tem por meta continuar a inovar, desenvolver e aprimorar seus programas com a frequência necessária, de modo a melhor preparar seus alunos para vencer os desafios de um ambiente competitivo, global e extremamente dinâmico.

Formamos profissionais para atuar em um mercado altamente competitivo, em empresas que buscam atingir suas metas através da inovação e visão estratégica.

A Athon Ensino Superior está entre as 50 melhores Instituições de Ensino Superior do Brasil, o que reflete a consolidação de nossa imagem acadêmica.

Por trás do nosso sucesso, estão, sem dúvida alguma, os valores éticos, a inovação e a excelência acadêmica implantada em nossos cursos.

Além disso, a política de investimento no desenvolvimento e no aprimoramento dos nossos professores e colaboradores, nas grades de curso e programas de disciplinas, métodos educacionais e instalações, sustenta nossa constante busca pela excelência.

A Athon Ensino Superior também tem por meta continuar a inovar, desenvolver e aprimorar seus programas com a frequência necessária, de modo a melhor preparar seus alunos para vencer os desafios de um ambiente competitivo, global e extremamente dinâmico.

Em resumo, acreditamos que a Athon Ensino Superior representa a dedicação e os princípios éticos de nosso sonho.

E continuaremos a trabalhar para superar cada vez mais os objetivos propostos.

## DECLARAÇÕES INSTITUCIONAIS

Nascemos em 2001, e nos consagramos como um centro de excelência capaz de equilibrar a teoria e a realidade do mercado de trabalho; um ensino forte, construído com pesquisas para identificar as competências desejadas pelas empresas mais importantes do país.

Adicionamos a esse aprendizado de 20 anos o conceito mais cobiçado atualmente pelas corporações: a inovação.

Assim surgiu a ATHON, uma escola com DNA ousado, focada no presente, mas sempre de olho no futuro.

Sim, continuamos concentrados no desenvolvimento das habilidades e qualificações para formar líderes diferenciados e capazes de ocupar posições de destaque no mercado – mas energizamos tudo isso com uma grande carga de inovação, fruto da nossa expertise ampliada com parceiros sempre posicionados um passo à frente na construção do novo, para que você chegue aonde quiser.

A Athon Ensino Superior oferece as melhores ferramentas para que você potencialize suas capacidades e desempenhe papel significativo no mundo e na vida das pessoas.

## PROPÓSITO, MISSÃO E VISÃO

**Propósito:** Potencializar capacidades para que nossos alunos desempenhem uma liderança significativa no mundo e na vida das pessoas.

**Missão:** Somos um centro de excelência apto a desenvolver habilidades e competências que formam uma liderança capaz de ocupar posições de destaque nos mercados nacional e internacional, através de nossa expertise ampliada, que é a capacidade de atrair e juntar inteligência, para potencializar a construção conjunta do conhecimento atualizado, num mundo sempre novo.

**Visão:** Queremos ser reconhecidos pela nossa capacidade de formar líderes diferenciados, inovadores e capazes de transformar a realidade.

### **Valores:**

**Acolhimento:** Alegria em receber bem, gostar e de estar com pessoas.

**Cuidado:** Assistir, conservar e proteger – Enfatizamos a criação de um ambiente saudável, de respeito mútuo, onde valorizamos e cuidamos das pessoas e das coisas.

**Know-How:** Interesse, busca de crescimento, curiosidade – Predisposição em adquirir conhecimentos e técnicas nas nossas áreas de atuação.

**Comprometimento:** Envolver-se integralmente, direcionando habilidades, energia e inteligência para que os objetivos individuais e coletivos sejam alcançados.

**Transparência:** Informar de modo franco tudo aquilo que possa afetar os interesses das partes envolvidas.

**Ownership:** Predisposição em assumir e cuidar dos projetos sob sua responsabilidade, respondendo por sua condução e resultados.

### **Habilidades:**

**Liderança** é o conceito que melhor define o nosso DNA.

Isso vai além da simples capacidade de operar sistemas preestabelecidos.

Para nós, liderar significa alterar a realidade.

O líder que pretendemos formar transforma realidades porque tem na sua essência profissional as seguintes habilidades:

**Estratégia:** Capacidade de entender ambientes e desenvolver planos de ação para atingir objetivos específicos.

**Inovação:** Capacidade de enxergar adiante e gerar cenários favoráveis para a busca promissora de novas ideias.

**Ética:** Capacidade de compreender e respeitar princípios que guiam a conduta pessoal e corporativa.

**Responsabilidade:** Capacidade de responder por seus atos e suas respectivas consequências.

**Iniciativa:** Identificar os sinais vitais do negócio tomando a frente no endereçamento das oportunidades.

## HISTÓRICO DA INSTITUIÇÃO

A Athon Ensino Superior é mantida pela ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE NEGÓCIOS LTDA., que é uma Sociedade Civil com fins lucrativos.

Sua história remonta o ano de 1999, quando personalidades do mundo acadêmico e empresarial, com uma tradição de anos de experiência na ESPM – Escola Superior de Propaganda e Marketing resolvem criar uma Escola nos mesmos moldes e padrões e com a chancela daquela IES.



A intenção era de levar o mesmo padrão de excelência para cidades que tivessem massa crítica, demanda e potencial econômico capaz de entender o diferencial oferecido e viabilizar a nova escola.

Assim, surge a Athon Ensino Superior cuja primeira unidade foi inaugurada em 1.999 em Campinas – SP, chegando a Sorocaba em 2.001.

Em 2001, os mantenedores da Athon Ensino Superior Sorocaba decidem que era chegada a hora de dar um novo passo, buscando maior autonomia e a construção de uma IES com nova configuração, dando então origem à ATHON, sem perder a essência baseada em valores éticos e foco no mercado, objetivando ser um centro de educação dentre os melhores do país.

Desta forma, busca cooperar com os setores sociais e produtivos, em consonância com as atuais demandas socioeconômicas e culturais da região na qual está inserida, oferecendo cursos de formação em nível superior para atender às demandas educacionais de Sorocaba e da sua macrorregião, mas preparando profissionais aptos a atuar em qualquer região do mundo.

Assim, oferece os seguintes cursos:

## **GRADUAÇÃO – BACHARELADO**

Administração

Arquitetura e Urbanismo

Ciências Contábeis

Ciências Econômicas

Comunicação Social com habilitação em Jornalismo

Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda

Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas

Design

Direito

Relações Internacionais

Engenharia Ambiental

Engenharia de Computação

Engenharia Elétrica

Engenharia Mecânica

Engenharia Civil

Engenharia Química

## GRADUAÇÃO – TECNOLÓGICA

Graduação Tecnológica - Gestão Comercial;

Graduação Tecnológica – Redes de Computadores;

Graduação Tecnológica – Análise e Desenvolvimento de Sistemas;

Graduação Tecnológica em Comércio Exterior;

Graduação Tecnológica em Comunicação Institucional;

Graduação Tecnológica em Gestão de Recursos Humanos;

Graduação Tecnológica em Gestão Financeira;

Graduação Tecnológica em Logística;

Graduação Tecnológica em Marketing;

Graduação Tecnológica em Qualidade;

Graduação Tecnológica em Processos Gerenciais;

Graduação Tecnológica em Produção Fonográfica;

Graduação Tecnológica em Fotografia;

Graduação Tecnológica em Moda

Graduação Tecnológica em Produção Audiovisual.

Graduação Tecnológica em Estética e Cosmética

## **PÓS-GRADUAÇÃO - MBA EXECUTIVO**

**BUSINESS INTELLIGENCE & ANALYTICS**

**CONTROLADORIA**

**CYBER SECURITY**

**DESENVOLVIMENTO DE NOVOS NEGÓCIOS**



E-COMMERCE

EQUIPES DE INOVAÇÃO

EXECUTIVO EM FINANÇAS

GESTÃO DE MARKETING

GESTÃO DE PROJETOS

GESTÃO DE VENDAS E TRADE MARKETING

GESTÃO ESTRATÉGICA DE PESSOAS

GESTÃO ESTRATÉGICA DE TI

GOVERNANÇA CORPORATIVA E COMPLIANCE

LEAN - SIX SIGMA - GREEN BELT

MARKETING DE SERVIÇOS

MARKETING DIGITAL

MERCADO DE CAPITAIS

NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

PLANEJAMENTO EMPRESARIAL E ESTRATÉGIA COMPETITIVA

PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO

WORLDWIDE LOGISTICS

BUSINESS INTELLIGENCE & ANALYTICS

CONTROLADORIA

CYBER SECURITY

DESENVOLVIMENTO DE NOVOS NEGÓCIOS

E-COMMERCE

EQUIPES DE INOVAÇÃO

EXECUTIVO EM FINANÇAS

GESTÃO DE MARKETING

GESTÃO DE PROJETOS

GESTÃO DE VENDAS E TRADE MARKETING

GESTÃO ESTRATÉGICA DE PESSOAS

GESTÃO ESTRATÉGICA DE TI

GOVERNANÇA CORPORATIVA E COMPLIANCE

LEAN - SIX SIGMA - GREEN BELT

MARKETING DE SERVIÇOS

MARKETING DIGITAL

MERCADO DE CAPITAIS

NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

PLANEJAMENTO EMPRESARIAL E ESTRATÉGIA COMPETITIVA

PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO

WORLDWIDE LOGISTICS

CONTEXTUALIZAÇÃO DO CURSO

**DADOS GERAIS DO CURSO**

**Endereço de funcionamento do Curso:** Rua Artur Gomes, 51, Centro, Sorocaba/SP.

**Nome do Curso:** Gestão de Marketing

<b>Nome do Coordenador:</b>	Prof. Elcio José Sotkeviciene
<b>Atuação do Coordenador:</b>	16 anos
<b>Grau Acadêmico Coordenador:</b>	Mestre
<b>Modalidade de Ensino:</b>	Presencial
<b>Local de Oferta do Curso</b>	: Rua Arthur Gomes 51, Centro Sorocaba, SP
<b>Turno de Funcionamento:</b>	Diurno aos Sábados      Noturno 2ª e 4ª.
<b>Regime de Matrícula:</b>	Seriado / Semestral
<b>Duração do Curso:</b>	360 H

### HISTÓRICO DO CURSO

Gerir marketing envolve o desenvolvimento do plano de marketing de uma organização, em todas as suas etapas com início no planejamento passando pela execução do plano.

Pesquisar, analisar e compreender o posicionamento de clientes e das organizações empresariais.

Envolver os pilares do marketing, segundo Philip Kotler: Produto, Preço, Praça e Promoção, oportunizam o desenvolvimento da carreira profissional, em gerenciamento de marketing.

Conquistar a atuação exitosa dos negócios, nos mercados é uma das missões da área de marketing.

### INSERÇÃO REGIONAL DO CURSO

#### **Região de Sorocaba.**

Como reflexo direto das transformações recentes na economia e na demografia brasileira está Sorocaba, uma das cinquenta maiores cidades do Brasil, localizada no Estado de São Paulo.

Cidade, esta, que nasceu com vocação para fomentar negócios - na indústria, no comércio e na prestação de serviços.

Serviu como cenário para o embrião da siderurgia brasileira com a exploração e fundição do ferro.

Fundada em 1654, por um bandeirante, foi entreposto comercial e ponto de partida de expedições rumo ao interior.

Depois, graças à sua localização estratégica, tornou-se a capital mercantil da Colônia, no período em que o Brasil conheceu a “febre do ouro”.

Foi, ainda, precursora da industrialização paulista, registrando, já em 1852, a primeira experiência de se implantar uma fábrica de fiação e tecelagem no Estado de São Paulo.

É o berço de uma das primeiras ferrovias do Brasil com a fundação, em 1875, da Estrada de Ferro Sorocabana, que se tornou a mais importante do setor antes da unificação da malha ferroviária estadual.

O desafio nestes últimos anos, porém, tem sido crescer sem comprometer a qualidade de vida.

Para se ter uma ideia, em Sorocaba o abastecimento de água e o serviço de saneamento básico atende aproximadamente 99% da população.

Para isso, o município tem códigos que disciplinam a ocupação e o uso do solo e precisa estar em constante modernização para que a infraestrutura urbana acompanhe o fluxo populacional.

A região metropolitana de Sorocaba comporta 27 municípios e possui uma população de 2.120.095 habitantes (Estimativa: *Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 1 de julho de 2018*), gerando um PIB per capita superior a R\$ 28.713,03.

Dentro dessa região, a área de influência direta da cidade comporta cerca de 2,12 milhão de habitantes, com IDH de 0,798 (alto) (2012). O índice de analfabetismo é de 3,10%.

Isoladamente, Sorocaba tem uma população de mais de 671.186 habitantes (Estimativa: *Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 1 de julho de 2018*), IDH de 0,798, superior ao índice estadual que é de 0,783. Conforme IBGE (2018), o salário médio no município é de 3,2 salários-mínimos ao mês e o PIB per capita (2018) de R\$ 46.888,51.

O município responde por 1,32% do PIB estadual e 2,67% das exportações. O analfabetismo está em 3,10% (diante de 4,33% no Estado) e 66,87% da população entre 18 e 24 anos possui ensino médio completo (58,68% no Estado).

Ainda no que se refere à educação, a cidade possui 89 escolas de ensino médio e mais de 31.000 matrículas no ensino médio (2018).

Com mais de 63.000 organizações ativas, Sorocaba é a 26ª cidade do país em número de empresas.

Em relação ao PIB nacional, o município ocupava a 22ª posição em 2018, segundo o IBGE.

É considerada uma das 50 melhores cidades brasileiras para se viver e desenvolver carreira, segundo a Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (Firjan) e a Revista Exame.

Ainda segundo o Índice Firjan de Desenvolvimento Municipal (IFDM) - (Edição 2012, último dado disponível), Sorocaba é considerada como uma cidade de alto desenvolvimento em todos os quesitos analisados, com nota acima de 0,8, para um limite de 1. No que se refere especificamente à educação, seu índice passa de 0,9.

Diferentemente de outros municípios de porte semelhante, Sorocaba possui sua atividade econômica mais concentrada no setor de serviços e na indústria, possuindo pouca atividade rural de porte.

Hoje a cidade se destaca por possuir uma indústria diversificada, que inclui empresas automobilísticas, montadoras de escavadeiras e retroescavadeiras, produção de pás para usinas eólicas, montagem de aparelhos eletrônicos, bebidas e demais produtos.

No setor de serviços, oferece empresas de logística, centro de distribuição de peças da GM, SPAs, grandes Shopping Centers e, mais recentemente, tem se destacado no setor de manutenção aeronáutica, com a presença de centros de serviços dos maiores fabricantes mundiais de jatos executivos, como Bombardier, Dassault-Falcon, Gulfstream e Embraer, entre outros.

Devido a essas características, Sorocaba é um dos poucos municípios do Estado de São Paulo que possui um Parque Tecnológico em funcionamento, onde a Athon Ensino Superior se faz presente em um espaço ocupado pelo GENS.

A posição geográfica do município também contribui para o desenvolvimento.

Sorocaba se encontra a cerca de 100 km de distância das cidades de São Paulo e Campinas e a menos de 200 km do porto de Santos.

Sua infraestrutura de Transporte inclui um grande centro ferroviário, duas importantes estradas (Raposos Tavares e Castelo Branco), um aeroporto de médio porte, além da proximidade com Viracopos, cerca de 70 km, maior centro de distribuição de carga aérea do país e que oferece voos para as principais cidades brasileiras.

Segundo dados da organização Todos pela Educação, a população em idade escolar, na faixa dos 15 aos 17 anos, na cidade de Sorocaba, é hoje superior a 123.338 indivíduos (IBGE 2010).

Ainda segundo esses dados, estavam matriculados no ensino médio, em 2017, 31.082 jovens.

Considerando-se que um terço desses prestem vestibular (os concluintes do ensino médio), temos cerca de 10.000 candidatos ao ensino superior por ano.

Sorocaba está se tornando um dos principais polos universitários do Estado de São Paulo.

Neste sentido, a cidade oferece 15 instituições presenciais de ensino superior (e-MEC - 2012).

Os últimos dados disponíveis (2004) colocam Sorocaba como a 10ª cidade do estado em número de concluintes do ensino superior, com cerca de 3500 formandos/ano em 84 cursos assim divididos:

Universidade Pública Estadual – 301;

Universidades Particulares – 1175;

Universidades Comunitárias e Filantrópicas - 2.015.

### JUSTIFICATIVA DA OFERTA DO CURSO

Nos últimos anos o Brasil experimentou um período contínuo de baixo crescimento econômico, que se prolongou até 2020.

Com o advento da pandemia causada pelo COVID 19, essa tendência se agravou inicialmente, mostrando aos poucos sinais de recuperação, fenômeno que deve se acelerar no biênio 2022 / 2023.

Além da fraca demanda interna, com baixo índice de crescimento econômico, redução da renda média e aumento da inflação, as perspectivas externas também se apresentam nebulosas para esse período apontado, graças principalmente à demora em que o mundo vem conseguindo conter a pandemia e à posição de protecionismo esboçada pelos Estados Unidos, à redução do ritmo de crescimento chinês, à saída do Reino Unido da União Europeia, e ao acirramento das tensões causadas pela invasão russa à Ucrânia e pela pretensão expansionista da China, entre outros fatores que devem afetar a dinâmica econômica brasileira e mundial.

Curiosamente, é esse mesmo cenário que traz boas perspectivas para os profissionais da área de negócios.

No que tange à educação, Sorocaba conta hoje com cerca de 25.000 estudantes em nível superior, o que a coloca como um dos 40 municípios brasileiros com maior número de alunos neste grupo.

Atuam na cidade diversas instituições públicas e privadas, oferecendo cursos em todas as grandes áreas do conhecimento.

No que se refere especificamente a Athon Ensino Superior, quatro fatores, isolada e conjuntamente, devem aumentar a demanda por profissionais em Sorocaba e região:



a retomada gradual na economia, a chegada de novas empresas, as novas formas de atuação profissional (mesclando remoto e presencial) e a implantação da Região Metropolitana.

A região de Sorocaba historicamente está ligada à indústria, como na fundação da primeira siderúrgica do país e no tempo em que a cidade era considerada a Manchester Paulista.

Porém, concentra hoje grandes empresas nas áreas de veículos automotores, rebocos e carrocerias, máquinas e equipamentos, produtos de metal, equipamentos de informática, equipamentos para usinas eólicas, produtos eletrônicos e ópticos, confecção e bebidas entre outros.

Na área de serviços, vem se destacando como um novo polo de manutenção aeronáutica e alternativa para a hangaragem e suporte à aviação executiva.

Por esse viés industrial que abriga setores de ponta, Sorocaba é uma das poucas cidades brasileiras a contar com um Parque Tecnológico, que abriga diversas organizações produtivas e educacionais.

É também uma cidade onde hoje se desenvolvem diversos programas que abrangem governo, indústrias, meio acadêmico e sociedade, na melhoria da qualidade de vida.

## Região de Sorocaba

Como reflexo direto dessas transformações recentes na economia e na demografia brasileira está Sorocaba, uma das cinquenta maiores cidades do Brasil, localizada no Estado de São Paulo.

Cidade, esta, que nasceu com vocação para fomentar negócios na indústria, no comércio e na prestação de serviços.

Serviu como cenário para o embrião da siderurgia brasileira com a exploração e fundição do ferro. Fundada em 1654, por um bandeirante, foi entreposto comercial e ponto de partida de expedições rumo ao interior.

Depois, graças à sua localização estratégica, tornou-se a capital mercantil da Colônia, no período em que o Brasil conheceu a “febre do ouro”.

Foi, ainda, precursora da industrialização paulista, registrando, já em 1852, a primeira experiência de se implantar uma fábrica de fiação e tecelagem no Estado de São Paulo.

É, por fim, berço de uma das primeiras ferrovias do Brasil com a fundação, em 1875, da Estrada de Ferro Sorocabana, que se tornou a mais importante do setor antes da unificação da malha ferroviária estadual.

O desafio nestes últimos anos, porém, tem sido crescer sem comprometer a qualidade de vida.

Para se ter uma ideia, em Sorocaba o abastecimento de água e o serviço de saneamento básico atendem aproximadamente 99% da população.

Para isso, o município tem códigos que disciplinam a ocupação e o uso do solo e precisa estar em modernização constante para que a infraestrutura urbana acompanhe o fluxo populacional.

A região administrativa de Sorocaba comporta 79 municípios e possui uma população de quase três milhões de habitantes, gerando um PIB per capita superior a R\$ 21.500,00.

Dentro dessa região, a área de influência direta da cidade comporta cerca de 1,5 milhões de habitantes, com IDH de 0,705 (alto) e PIB per capita de R\$ 20.438,12 (2011).

O índice de analfabetismo é de 4,40% e a população entre 18 e 24 anos com ensino médio completo é de 60,33%. Em relação ao PIB Estadual, a região responde por 2,87% e a 3,65% das exportações.

Isoladamente, Sorocaba tem uma população de mais de 630.000 habitantes, IDH de 0,798, superior ao índice estadual que é de 0,783.

Segundo o Ministério do Trabalho (2012), o salário médio no município é de R\$ 1667,47 e o PIB per capita (2011) de R\$ 30.166,23.

O município responde por 1,32% do PIB estadual e 2,67% das exportações.

O analfabetismo está em 3,10% (diante de 4,33% no Estado) e 66,87% da população entre 18 e 24 anos possui ensino médio completo (58,68 no Estado). Ainda no que se refere à educação, a cidade possui 89 escolas de ensino médio e mais de 28.000 matrículas no ensino médio (2012).

Com mais de 63.000 organizações ativas, Sorocaba é a 26ª cidade do país em número de empresas. Em relação ao PIB nacional, o município ocupava a 32ª posição em 2010, segundo o IBGE.

É considerada uma das 50 melhores cidades brasileiras para se viver e desenvolver carreira, segundo a Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (Firjan) e a Revista Exame.

Ainda segundo o Índice Firjan de Desenvolvimento Municipal (IFDM) - (Edição 2012, último dado disponível), Sorocaba é considerada como uma cidade de alto desenvolvimento em todos os quesitos analisados, com nota acima de 0,8, para um limite de 1.

No que se refere especificamente à educação, seu índice passa de 0,9.

O mercado de trabalho tem se modificado rapidamente na última década, cada vez mais tem ocorrido a flexibilização das jornadas de trabalho e a maior exigência por qualificação e capacitação profissional dos indivíduos.

As fronteiras entre a Universidade, o mercado de trabalho e as relações pessoais e profissionais tem se tornado cada vez mais permeáveis, o que exige das pessoas uma maior capacidade de gestão do tempo e das relações interpessoais.

Nesse contexto, são exigidas simultaneamente dos indivíduos e particularmente dos profissionais da área de negócios características e atitudes que, em um primeiro olhar, parecem contraditórias.

Ao mesmo tempo em que são exigidos dos profissionais da área de negócios conhecimentos específicos de uma técnica ou de um conjunto de competências, também ocorre a busca por profissionais com grande cultura geral, visão sistêmica, compromisso ético, social, ambiental e capacidade empreendedora.

Esse ponto se mostra em conformidade com a visão explicitada no Plano de Desenvolvimento Institucional da IES, a formação profissional requer muito mais do que uma primorosa formação técnica, ela demanda primeiramente uma formação geral e humana sólida, que possa construir além de uma formação de líderes competentes, um cidadão crítico e comprometido com o desenvolvimento da sociedade na qual ele está inserido.

A Athon Ensino Superior aqui apresentada foi concebida com o objetivo de viabilizar uma formação coerente com as exigências do momento em que vivemos, mas sem deixar de lado as interações sociais, profissionais e pessoais, de primeira necessidade, para construir o profissional e o cidadão que a Athon Ensino Superior oferece para as localidades em que ela atua.

Para viabilizar essa concepção de profissional e de cidadão a ser formado pela Athon Ensino Superior se alicerça em um conjunto de teorias de aprendizagem, as quais impactam tanto as situações e as formas de interações educacionais presentes na sala de aula a partir do material adotado, com a utilização das mais modernas metodologias para a consolidação do processo de ensino aprendizagem.

### ESTRUTURA DO CURSO

Os cursos de pós-graduação do MBA Executivo Athon, estão estruturados por núcleos divididos em Estratégia e Negócios, Finanças, Marketing, Pessoas e Tecnologia da Informação.

Em cada núcleo estão disponíveis as seguintes formações:

## **NÚCLEO ESTRATÉGIA E NEGÓCIOS**

### **DESENVOLVIMENTO DE NOVOS NEGÓCIOS**

Rua da Penha, 1181 - CEP18010-004  
Centro Sorocaba SP - 15 30425000  
[www.athonedu.com.br](http://www.athonedu.com.br)

GESTÃO DE PROJETOS  
LEAN-SIXSIGMA-GREEN BELT  
NEGÓCIOS INTERNACIONAIS  
PLANEJAMENTO EMPRESARIAL E ESTRATÉGIA COOMETITIVA  
WORLDWIDE LOGISTICS

### **NÚCLEO FINANÇAS**

CONTROLADORIA  
EXECUTIVO EM FINANÇAS  
GOVERNANÇA CORPORATIVA E COMPLIANCE  
MERCADO DE CAPITAIS  
PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO

### **NÚCLEO MARKETING**

E-COMMERCE  
GESTÃO DE MARKETING  
GESTÃO DE VENDAS E TRADE MARKETING  
MARKETING DE SERVIÇOS  
MARKETING DIGITAL

### **NÚCLEO PESSOAS**

GESTÃO ESTRATÉGICA DE PESSOAS  
EQUIPES DE INOVAÇÃO  
PEOPLE MANAGEMENT BY HIGH TECHNOLOGIES

### **NÚCLEO TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO**

BUSINESS INTELLIGENCE & ANALYTICS  
CYBER SECURITY  
GESTÃO ESTRATÉGICA DE TI

As formações estão estruturadas em três Steps, sendo o primeiro envolvendo conteúdo de visibilidade nas áreas de negócio, a saber:

### **STEP 1 – MBA EXECUTIVO ATHON**

LIDERANÇA EM GESTÃO DE PROJETOS E PROCESSOS 36 horas aula

FINANÇAS GERENCIAIS 24 horas aula

ESTRATÉGIA E CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS 24 horas aula

CRIAÇÃO E ENTREGA DE VALOR AO CLIENTE 24 horas aula

GESTÃO DE TALENTOS INTERGERACIONAIS 24 horas aula

NEGÓCIOS DISRUPTIVOS 24 horas aula

MENTORING - PROJETO DE VIDA PESSOAL E PROFISSIONAL 36 horas aula

O Step 1 totaliza 192 horas aulas.

No segundo Step está o primeiro nível de especialização, conhecido no MBA Executivo Athon como as disciplinas que compõe o núcleo duro da formação selecionada.

As disciplinas são específicas para os núcleos, abrangendo as formações, nele inseridas.

## **STEP 2 - NÚCLEO MARKETING**

BRANDING E-BRANDING 24 horas aula

ANTROPOLOGIA DO CONSUMO 24 horas aula

COMUNICAÇÃO INTEGRADA 24 horas aula

O Step 2 totaliza 72 horas aulas.

Quanto ao terceiro Step, nele estão as disciplinas específicas de especialização das formações selecionadas:

## **STEP 3 GESTÃO DE MARKETING**

MIX DE MARKETING - BASEADO EM VALOR 24 horas aula

PREÇO DO PONTO DE VISTA DO CLIENTE 24 horas aula

ESTRATÉGIAS DE CRM E SCM DIRIGIDAS AO MERCADO 24 horas aula

MBA RESULTS LABORATORY 24 horas aula

O Step 3 totaliza 96 horas aula.

Os Steps 1,2 e 3 totalizam 360 horas aula para a formação disponibilizada.

### FORMAS DE ACESSO AO CURSO

O acesso ao curso se dá por meio de entrevista com a coordenação a fim de que seja conduzida avaliação conjunta entre estudante e a Instituição de Ensino Superior relativa à aplicação do curso no desenvolvimento profissional e cultural do estudante pretendente.

Há que se ter concluído o curso superior, comprovado por documentação requerida previamente à matrícula.

São formadas duas turmas, por ano, uma no mês de março e outra no mês de setembro.

As entrevistas têm início sessenta dias antes da data programada para o começo do período letivo.

### ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA DO CURSO

Gerir marketing envolve o desenvolvimento do plano de marketing de uma organização, em todas as suas etapas com início no planejamento passando pela execução do plano.

Pesquisar, analisar e compreender o posicionamento de clientes e das organizações empresariais.

Envolver os pilares do marketing, segundo Philip Kotler: Produto, Preço, Praça e Promoção, oportunizam o desenvolvimento da carreira profissional, em gerenciamento de marketing.

Conquistar a atuação exitosa dos negócios, nos mercados é uma das missões da área de marketing.

#### OBJETIVOS DO CURSO:

Interagir com:

Pilares do marketing: Produto, Preço, Praça e Promoção.

Desenvolvimento de plano de marketing para negócios, suportado por pesquisas, análises e compreensão do posicionamento de clientes e das organizações.

Branding e E-Branding, composição de preços de venda, atuação em CRM e SCM com objetivo de entregar satisfação ao consumidor, para sua percepção de valor recebido e com isto conquistar sua fidelização.

Entendimento do consumo e seus fatores geradores do ponto de vista do consumidor. Comportamento do consumidor face aos preços dos bens e serviços, do seu ponto de vista.

A disciplina Results Laboratory é o foco do **Athon Ensino Superior** e tem como objetivo garantir que o aluno concretize seu sonho.

### **Perfil do Egresso**

Os cursos da Athon Ensino Superior estão baseados na “Inovação para aprimorar pessoas”, oferecem as melhores ferramentas para que o discente potencialize suas capacidades e desempenhe papel significativo no mundo e na vida das pessoas.

“Nossa principal diferencial, intitulada ‘expertise ampliada’, tem a capacidade de atrair e conectar inteligências numa construção conjunta.

O conceito que melhor define o nosso DNA está contido na palavra **Liderança**.

Isso vai muito além da simples capacidade de operar sistemas preestabelecidos.

Para Athon Ensino Superior, liderar significa alterar a realidade.

O líder que pretendemos formar transforma realidades porque tem na sua essência profissional as seguintes competências: Estratégia, Inovação e Ética.

O que chamamos de “**DNA Athon**” mostra o perfil geral do nosso aluno.

### **Insumos para definição do Perfil do Egresso:**

DNA Athon – Princípios Operacionais – Missão, Visão, Propósito – Valores: Acolhimento/Cuidado/Know-How/Comprometimento/Transparência/Ownership – Liderança Transformadora – Habilidades: Atitude Estratégica/Atitude Inovadora/Atitude Ética/Atitude Responsável/Atitude Criativa/Iniciativa.

Pesquisa CPA – Diretrizes Curriculares Nacionais – Análise de Tendência e Futuro - Demandas Regionais – Perfil Específico Desejado do Egresso.

### DNA ATHON

O chamado DNA Athon tem por base os princípios organizacionais desta IES, que em seu Propósito, Missão e Visão apontam para o desejo de formar líderes

transformadores, capazes de alterar a realidade e cumprir um papel de destaque na sociedade e nas organizações.

Esse desejo abraça então os valores de Acolhimento, Cuidado, Know-How, Comprometimento, Transparência e “Ownership”, por serem capazes de aprimorar o indivíduo e sua relação com o outro.

Esse conjunto de princípios e valores é então trazido para as grades e conteúdos programáticos como habilidades a serem desenvolvidas, que levem a atitudes estratégicas, inovadoras, éticas e responsáveis.

Assim, acreditamos oferecer uma formação completa, que contempla o ser, saber e saber fazer, alinhada aos setes saberes necessários para a educação do futuro propostos por Edgar Morin, ainda em 2011, junto à ONU.

### INDICADORES CPA

Como base de suas ações, e objetivando atender às demandas de formação discente e legislação, a Athon Ensino Superior busca permanentemente avaliar (CPA) se o planejado (PPC) está sendo executado.

Com este intuito, a CPA realiza semestralmente uma pesquisa relacionada ao cumprimento da missão educacional proposta pela IES e para levantamento de dados referentes às dimensões preconizadas pelo SINAES, gerando um conjunto de indicadores que permitem a IES realizar análises de verificar se as políticas e processos descritos no PPC, e alinhados com o PPI, estão sendo efetivamente executados na formação discente.

Assim, a CPA propõe recomendações para o êxito na formação do perfil do egresso, baseadas nos dados apresentados na pesquisa.

### **Diretrizes Curriculares Nacionais**

Carga horária do curso: 360 horas

### ANÁLISE E TENDENCIA DE FUTURO - CCFUTURO

Preocupada em manter seus cursos atualizados e direcionados para a evolução profissional e dos mercados a médio e longo prazo, a Athon Ensino Superior faz o acompanhamento contínuo das macros e micro tendências locais, regionais e mundiais, através de pesquisas junto a fontes primárias e secundárias, que permitam oferecer aos alunos conhecimentos adequados aos desafios presentes e futuros.

O mapeamento das tendências tem tal importância para a Athon Ensino Superior que criamos um Conselho Curador de Futuro, formado por profissionais de destaque em



várias áreas e organizações, dos diversos setores econômicos e sociais, que se reúne de forma periódica para apresentar e debater, junto à Comunidade Acadêmica, temas que merecem atenção para a compreensão dos caminhos que a sociedade e as áreas do conhecimento seguirão no futuro.

Em sua composição inicial, o Conselho Curador de Futuro contava com a participação de:

Lorraine Ricino - Marketing Director da GOL Linhas Aéreas

Fábio Barros - VP ACD da Area23 (Nova York)

Cláudio Makarovsky - Diretor da divisão de Manufacturing Industries da Microsoft

Rafael Cozer – Global Operations Finance Director at METALSA (Monterrey Area – México)

Cláudio Gradilone - Editor & Project Manager at Levante Ideias de Investimentos

Rodolfo Guttilla - Sociodiretor da CAUSE Brasil.

Beatriz Bottesi - Marketing Manager do Instagram no Brasil.

Danilo Moraes Martins - Strategic/Creative VP At Babelazza

Antonio Carlos Soares Guerreiro - Diretor-presidente da Amazul.

Edan Shoher – Arquiteto norte-americano premiado

Rodrigo Neves - Diretor Regional SP-2 + Triângulo na Rede Bandeirantes e Presidente da AESP Associação das Emissoras de Rádio e Televisão de São Paulo.

Antonio Carlos Garcia - Executive Vice President & CFO at Embraer

Alex Pinheiro - Empreendedor de tecnologia serial, vencedor do 20º GLOBAL MOBILE AWARDS - MELHOR INOVAÇÃO MÓVEL PARA EDUCAÇÃO & APRENDIZAGEM.

Membro do Conselho do IDIS (Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social) e criador não Somos Educação da plataforma Plurall.

Alessandra Frisso - Consultora em pesquisa mercado, desenvolvendo projetos voltados para Business Intelligence e Comportamento de Consumo.

É representante da ESOMAR - Associação Global de Pesquisa de Mercado e Data Insights – no Brasil.

É Conselheira da Associação Brasileira de Pesquisadores de Mercado Opinião e Mídia (ASBPM).

### PERFIL DESEJADO DO EGRESSO DO CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO – MBA EXECUTIVO ATHON

Ao concluir o curso os discentes apresentam uma formação que os habilita a ser, saber e saber fazer.

Na habilidade do “ser” está incluída a sensibilidade, a capacidade de resiliência, o trabalho em equipe, as relações humanas e o conjunto postural ético.

Na habilidade do saber está o conjunto das informações necessárias para o sucesso no desempenho de suas atividades profissionais, desenvolvidas durante o curso.

Na habilidade de saber fazer está a capacidade de materializar o aprendizado em processos e projetos, no mundo dos negócios, de forma a construir resultados de excelência demandados pelas organizações de classe mundial, para empreendimentos pessoais, também demandados.

Para que o conjunto se manifeste, cabe a iniciativa, também conhecida como proatividade.

Cientes que pagam os salários, nas organizações, líderes, fornecedores e demais instituições de relacionamento, privadas ou governamentais, demandam atenção e endereçamento imediato às demandas surgidas, no dia a dia dos negócios.

O encaminhamento dos desafios passa, obrigatoriamente pelo exercício da criatividade e da liderança inovadora, lembrando que em nosso DNA, líder é quem muda cenário.

Por características do mundo dos negócios, cada oportunidade de inovação ou melhoria, envolve o pensamento envolvente, tanto interna, como externamente, nas organizações, onde os partícipes da cadeia supridora, de ponta a ponta estejam sendo considerados, tanto quanto todos os departamentos da organização, devido ao interfaceamento destes com organizações externas.

Neste processo, a seletividade das informações necessárias ao conjunto avaliatório das causas raízes até os seus reflexos finais, que ensejam as melhorias e inovações, todo cuidado é recomendado para fidedignidade as informações, tanto dos eventos quanto das possíveis soluções.

No tratamento das informações é importante a capacitação para análise das informações nos aspectos qualitativo e quantitativo, com apoio dos melhores recursos informacionais disponíveis tanto em “hardware” como em “software” para obtenção de resultados que ensejem capacidades analíticas para os gestores.

A esta altura, saber relacionar-se com os demais entes da organização, assim como, da cadeira supridora e porque não dizer das organizações governamentais, utilizando-se de comunicação efetiva para a eficácia dos resultados esperados com a inovação e ou melhoria.

Manter este nível de atuação propicia o estudo continuado, o que na Athon Ensino Superior é disponibilizado com o Programa “Life Long Learning”.

## SISTEMA DE AVALIAÇÃO DO CURSO

O sistema de autoavaliação sistematizada dos cursos da Athon Ensino Superior ocorre a cada disciplina concluída, de cada um dos cursos, em andamento, por meio de um conjunto de questões que envolvem a avaliação da disciplina e a autoavaliação do discente.

Estas avaliações são disponibilizadas aos discentes, por meio da ferramenta “Google Forms”, cujos resultados são tabulados e entregues aos professores e direção da IES, com a finalidade de identificar oportunidades de melhoria e reforço das melhorias existentes em curso.

Contamos com a Ouvidoria para atendimento das solicitações dos alunos, professores e outros colaboradores.

A avaliação não sistematizada consiste nas entrevistas/coleta de declarações, com alunos, aluno-coordenador, aluno-professor e professor-coordenador de curso, a fim de levantar as reais necessidades e expectativas, dando ênfase nos alinhamentos do projeto pedagógico e as reais necessidades do mercado de trabalho.

### **Relatório da CPA – Autoavaliação**

Completa o conjunto das avaliações do curso, o Projeto de Autoavaliação, conduzido no segundo semestre de cada ano, onde os temas propostos pelo SINAES são submetidos à avaliação pelos discentes, docentes e técnico administrativos.

Os resultados das avaliações são disponibilizados à comunidade acadêmica, na íntegra, por meio do web site [www.athonedu.com.br](http://www.athonedu.com.br)

## **Relatório da CPA – Autoavaliação**

A avaliação interna da CPA tem como objetivos principais:

Traçar o perfil de qualidade acadêmica

Aferir potencialidades e pontos frágeis de atuação dos diferentes segmentos da instituição, contribuindo, assim, para a necessária reflexão crítica de suas ações;

Contribuir para a adoção de medidas com vista à mudança de rumos e ao aprimoramento do trabalho acadêmico.

Por meio da dimensão 2, estabelecida pelo SINAES, é possível observar alguns parâmetros de avaliação do curso, conforme segue:

Construção de currículo e organização didático-pedagógica (métodos, metodologias, planos de ensino e de aprendizagem e avaliação da aprendizagem) de acordo com os fins da Instituição, as diretrizes curriculares e a inovação da área.

### **Práticas Pedagógicas**

Pertinência dos currículos (concepção e prática), tendo em vista os objetivos institucionais, as demandas sociais (científicas, econômicas, culturais) e as necessidades individuais.

Práticas Institucionais que estimulam a melhoria do ensino, a formação docente, o apoio ao estudante, a interdisciplinaridade, as inovações didático-pedagógicas e o uso das novas tecnologias no ensino.

O resultado das avaliações de todas as dimensões gera um quadro detalhado da IES e do curso, permitindo que sejam estabelecidas metas a serem alcançadas nas diversas áreas, incluindo:

Melhorias na concepção do currículo e da organização didático pedagógica, suas práticas e metodologias;

Formação docente, através do desenvolvimento de “academias de professores”

Inovações didático pedagógicas e uso das tecnologias de ensino;

Apoio discente;

Articulação de atividades de ensino, extensão e intervenção social.

## AVALIAÇÃO DOS PROCESSOS DE ENSINO-APRENDIZAGEM

Na concepção pedagógica dos cursos oferecidos pela Athon Ensino Superior, a avaliação formativa acontece durante todo o processo de ensino e possibilita a verificação efetiva da aprendizagem, conforme planejado, de certo que, caso se identifique alguma falha no processo, se façam imediatamente as intervenções necessárias para correção.

O constante acompanhamento e a reflexão da prática pedagógica instigam mudanças na ação educativa e melhora nas condições do processo ensino-aprendizagem, uma vez que a Athon Ensino Superior e o educador se comprometem com o efetivo aprendizado do educando.

Como uma política institucional, a Athon Ensino Superior recomenda a diversificação dos instrumentos de avaliação, trabalhados nas academias ATHON e nas oficinas pedagógicas realizadas, em consonância com o PPI.

Quanto à diversificação dos métodos de avaliação do processo de ensino-aprendizagem, há a orientação para a concentração da avaliação em momentos pontuais, com a aplicação de provas, atividades prévias, seminários e as mais diversas metodologias que permitam verificar os ganhos de conhecimento ou pontos que demandem reforço, podendo ser aplicadas coletiva ou individualmente.

O processo de avaliação de ensino e aprendizagem é descrito no contrato didático pedagógico, apresentado ao aluno no início de cada disciplina, do curso

Avaliação do desempenho escolar.

Estudo em equipe.

As avaliações medem o desempenho dos alunos frente aos objetivos traçados nas atividades de ensino-aprendizagem.

Fundamentalmente, o valor do instrumento de avaliação encontra-se no seu poder de discriminar o bom do mal desempenho.

Para conseguir um mínimo de objetividade e eficiência nestes instrumentos, algumas regras são observadas, como:

A avaliação do Processo Ensino-Aprendizagem é realizada através dos pontos abaixo:

Avaliação do Desempenho Acadêmico - Peso 40%, realizada ao final de cada disciplina.

Atividade Em Equipe - Peso 60% entregue ao final de cada disciplina.

## AÇÕES DE MELHORIA DE APRENDIZAGEM

Diante da evolução tecnológica e das mudanças no perfil do discente, a Athon Ensino Superior foca no constante aprimoramento e inovação no Processo Ensino-Aprendizagem, refletidos nas seguintes propostas:

Proporcionar diversificação das estratégias didáticas e pedagógicas em todos os cursos;

Revisar as metodologias didáticas de ensino;

Ampliar competências didáticas e pedagógicas do corpo docente;

Aprimorar o conhecimento teórico e prático do corpo discente;

Manter o rigor acadêmico como modelo de excelência de ensino.

Analisar os indicadores gerados pela pesquisa da CPA, quanto a didática do docente e demais temas ligados diretamente ao desempenho do discente.

Com base nos indicadores de avaliação externa realizar plano de ação para recomposição de eventuais indicadores de qualidade que a demande.

## POLÍTICAS DE ENSINO

A preocupação da Athon Ensino Superior no que tange a Políticas de Ensino parte dos seguintes pressupostos gerais que igualmente instituem-se como metas:

Rigor acadêmico

Valorização do docente

Estabelecimento e cumprimento de regras

Uso de novas metodologias e tecnologias de ensino;

Troca de conhecimento com outras instituições;

Metodologias ativas de aprendizagem (Preparação Prévia, autodesenvolvimento discente, entre as principais)

Valorização dos processos de avaliação;

Aperfeiçoamento dos processos acadêmicos (Plano de Ensino, Contrato Pedagógico, Diários, Pesquisas Bibliográficas);

Relações pedagógicas permeadas pelo respeito às pessoas e aos processos acadêmicos.

## PROMOÇÃO DE AÇÕES INOVADORAS

A principal ação inovadora que é a força motriz da Athon Ensino Superior é o seu modelo pedagógico.

A estrutura curricular dos cursos contempla aspectos como interdisciplinaridade, diversificação e integração das atividades práticas e pedagógicas, propiciando a diversidade do conhecimento e trabalhando para a formação integral do estudante, baseado no DNA da Athon Ensino Superior fundamental o estímulo a práticas de interação para o pleno desenvolvimento da competência comportamental, em diferentes áreas do saber, propiciando um aprendizado interdisciplinar, seja para a análise ou para a solução de problemas baseados nas competências técnicas, gerenciais e comportamentais, que contribuam para uma formação de líderes, com ética e responsabilidade ambiental e compromisso social com as demandas da sociedade.

## OUIDORIA

Ao perceber a demanda por um acompanhamento detalhados dos anseios, críticas, sugestões, reconhecimentos e ou qualquer forma de manifestação do pensamento, vontade, avaliação e desejo dos Aluna(o)s, tornou-se fundamental, para a conquista do objetivo de busca permanente da qualidade, a que se propõe a Athon Ensino Superior, criar a Ouvidoria, na unidade de Sorocaba.

Com a criação desse novo canal, a Athon Ensino Superior agiliza os processos de reconhecimento e ajuste de pontos negativos e positivos a serem trabalhados, bem como fortalece a sua CPA, ao oferecer dados atualizados e constantes.

A Athon Ensino Superior, em suas diversas áreas de formação, tem experimentado movimentos de Aluna(o)s entrando e saindo, o que demanda acompanhar, detalhadamente, estes acontecimentos.

A fidelização dos nossos Aluna(o)s é essencial para as conquistas deles e da Athon Ensino Superior sendo este o norte que nos leva à criação da Ouvidoria.

A abertura de um canal de comunicação, onde seja possível ouvir os anseios, críticas, sugestões, reconhecimentos e ou qualquer forma de manifestação do pensamento, vontade, avaliação e desejo dos Aluna(o)s torna-se fundamental para a conquista do objetivo a que se propõe a Athon Ensino Superior, ao criar a Ouvidoria, na unidade Sorocaba.

### Regulamento da Ouvidoria

Rua da Penha, 1181 - CEP18010-004  
Centro Sorocaba SP - 15 30425000  
[www.athonedu.com.br](http://www.athonedu.com.br)

## **INÍCIO DA TRANSCRIÇÃO.....**

**SOROCABA, 04 DE JANEIRO DE 2021**

**ATHON ENSINO SUPERIOR**

**OUVIDORIA**

**ATO REGULATÓRIO – Rev. 6**

### **CONSIDERAÇÕES**

Athon Ensino Superior, em suas diversas áreas de formação, tem experimentado movimentos de Alunos entrando e saindo, o que demanda acompanhar, detalhadamente, estes acontecimentos.

A fidelização dos nossos Alunos é essencial para as conquistas deles e da Athon Ensino Superior, sendo este o norte que nos leva à criação da Ouvidoria.

A abertura de um canal de comunicação, onde seja possível ouvir os anseios, críticas, sugestões, reconhecimentos e ou qualquer forma de manifestação do pensamento, vontade, avaliação e desejo dos Alunos torna-se fundamental para a conquista do objetivo a que se propõe a ATHON ENSINO SUPERIOR, ao criar a Ouvidoria, na unidade Sorocaba.

### **PÚBLICO-ALVO & CALENDARIZAÇÃO**

Ouvidoria atenderá os Alunos de todas as formações oferecidas pela ATHON ENSINO SUPERIOR: Graduação Bacharelado, Graduação Tecnológica e MBA.

A decisão de incluir técnico administrativos e fornecedores caberá à direção geral, quanto à efetividade.

### **COMPROMISSOS COM ALUNOS**

Estabelecer um processo eficiente, com eficácia de resultados na comunicação entre os Alunos e a ATHON ENSINO SUPERIOR, a fim de endereçar, junto às áreas pertinentes, todas e quaisquer soluções demandadas

pelos Alunos em seus períodos de estudo, em temas relativos à ATHON ENSINO SUPERIOR.



Para tanto, a Ouvidoria recebe, analisa, encaminha, acompanha o andamento e retorna as demandas dos Alunos.

É essencial que a Ouvidoria atue multidisciplinarmente em e com apoio de todas as áreas da instituição, incluindo o suporte da Direção Geral, atuando com irrestrita independência entre todos os departamentos da ATHON ENSINO SUPERIOR, na busca das soluções necessárias às conquistas buscadas com esta implementação.

Esta condição funcional garantirá ao aluno o endereçamento de suas postulações por meio da monitoração do nível de serviço da Ouvidoria, executada com o recurso de medições de desempenho.

A medição assegura aos Alunos, gestores e Ouvidoria o retorno e o acompanhamento das demandas verificadas.

### **INDICADORES DE DESEMPENHO**

Trimestralmente, será divulgado, para a CPA e Diretorias, o relatório das demandas acolhidas pela Ouvidoria onde conste, por área de atuação, quando couber, as seguintes informações:

- 1- Quantidade de demandas recebidas no trimestre.
- 2- Classificação por área de endereçamento.

### **O QUE NÃO É ATENDIDO PELA OUVIDORIA**

A Ouvidoria não conduzirá investigações formais, no âmbito interno das áreas funcionais da ATHON ENSINO SUPERIOR.

Uma vez capturada a demanda, pela Ouvidoria, esta será encaminhada, devidamente classificada por natureza, para a área responsável pelo endereçamento do tema para o devido encaminhamento das soluções.

Uma vez solucionada a demanda, a área responsável retorna o arquivo de registro da demanda para a Ouvidoria, inserindo a solução obtida, no campo próprio do arquivo.

Recebido o arquivo, a Ouvidoria reportará ao aluno o posicionamento final.

A Ouvidoria não se constitui instância decisória, substituindo as áreas executivas, administrativas, operacionais e acadêmicas da ATHON ENSINO SUPERIOR.

A Ouvidoria não modificará qualquer norma ou ato regulatório, da ATHON ENSINO SUPERIOR, sob qualquer pretexto.

A Ouvidoria não criará exceções de qualquer natureza às normas internas vigentes.

Questões pessoais que não se relacionem com a ATHON ENSINO SUPERIOR também estão fora do escopo de atuação da Ouvidoria.

Caso o aluno tenha alguma demanda pessoal, não envolvendo a ATHON ENSINO SUPERIOR, mas suas emoções, entre outros fatores pessoais, o aluno será, imediatamente, encaminhado à orientação psicopedagógica para a condução do tema, em particular, sem o envolvimento da ATHON ENSINO SUPERIOR e sem que haja registros de continuidade de atendimento por parte da Ouvidoria.

A Ouvidoria não atenderá os pedidos/requerimentos administrativos ou acadêmicos de qualquer natureza, não limitados a:

- 1- Análise para bi titulação
- 2- Atestado de matrícula
- 3- Certificados de conclusão
- 4- Diplomas
- 5- Equivalência de disciplinas
- 6- Aproveitamento de estudos
- 7- Histórico escolar
- 8- Histórico escolar concluinte
- 9- Justificativa de faltas
- 10- Matrícula fora de prazo
- 11- Prova substitutiva
- 12- Prova de Eixo substitutiva
- 13- Plano de ensino
- 14- Reabertura de matrícula
- 15- Revisão de frequência
- 16- Revisão de Nota
- 17- Segunda via de boleto bancário
- 18- Segundas vias de cartões de acesso
- 19- Transferências de períodos
- 20- Transferências de curso
- 21- Visitas e ou acompanhamento
- 22- Outros requerimentos.

Estes requerimentos serão tratados pelo SAAFWEB, em campos específicos e endereçados, sistêmica e automaticamente à secretaria, para redistribuição interna seja a professores, coordenação, gerência de

secretaria e direção acadêmica, ou qualquer outra área da ATHON ENSINO SUPERIOR à que se refira o requerimento.

## **OUVIDOR ATHON ENSINO SUPERIOR**

O Ouvidor, designado pela Direção Geral, deverá manter a comunicação com os Alunos de forma aberta, transparente e objetiva.

Sua atuação será ágil e precisa, para que tenha a reciprocidade das áreas internas da ATHON ENSINO SUPERIOR e assegure aos Alunos a percepção efetiva do endereçamento de suas postulações, independentemente do resultado a que se chegar, nas definições das áreas envolvidas.

Uma vez recebida uma demanda, caberá ao Ouvidor o registro, a interpretação, a classificação e o encaminhamento à área pertinente, a fim de que seja produzido o efeito necessário à correção de eventual não conformidade ou mantido o procedimento, ou processo existente.

Caberá ao Ouvidor manter os departamentos envolvidos nas postulações dos Alunos, adequadamente informados quanto aos indicadores de desempenho das atividades, por meio dos relatórios citados.

## **ORGANIZAÇÃO**

A Ouvidoria é atividade multidisciplinar, como parte das lideranças ATHON ENSINO SUPERIOR Sorocaba, oferecendo e recebendo apoio, interagindo com todas as áreas, atuando contributivamente, sem ser invasiva, na busca de soluções conjuntas que fidelizem nossos alunos.

## **ESTRUTURA/ATENDIMENTO**

A partir de janeiro de 2021, o atendimento será por meio da conta de e-mail [ouvido-ria@athonedu.com.br](mailto:ouvido-ria@athonedu.com.br).

O sistema CRM – Customer Relationship Management também acolherá demandas dos alunos, por meio da interligação com o SAAFWEB, onde uma “janela” estará disponível para acesso e aplicação da demanda.

Neste instante, os dados relativos ao aluno, tais como Nome, RA, Curso, Turma, Período, conta de e-mail e telefone serão capturados, automaticamente da base de dados do SAAFWEB, sendo endereçados ao Ouvidor, por meio da conta de e-mail [ouvidoria@athonedu.com.br](mailto:ouvidoria@athonedu.com.br).

A Ouvidoria está localizada, no andar térreo do edifício central, na cidade de Sorocaba, dividindo o espaço com a Comissão Própria de Avaliação

– CPA apenas por aproveitamento físico, sem que haja qualquer interferência nas atividades de cada uma das áreas.

Os recursos sistêmicos a serem utilizados pela Ouvidoria compreendem, no início, aos aplicativos do pacote Office da Microsoft: Excel e Outlook para planilhas e mensagens eletrônicas.

A ATHON ENSINO SUPERIOR, inicialmente, não disponibilizará linha gratuita (0800) nem web site para fins específicos de Ouvidoria, visto que, nesta fase, os Alunos serão os primeiros usuários desta melhoria.

Para o início das atividades, a estatística será buscada por meio dos registros existentes no uso dos recursos do Microsoft Office, porém deverá ocorrer a customização do SAAFWEB para que os registros, atendimentos, encaminhamentos, soluções, tipificação e enquadramento das demandas e demais intercorrências e ou eventos capturados e endereçados pela Ouvidoria, estejam disponíveis aos usuários e possam ser visualizados, incluindo as respostas e posicionamentos das áreas pertinentes quando do endereçamento das demandas dos Alunos.

Poderá haver o concurso de aplicativos ou “softwares” adicionais que capturem informações gravadas no ERP para facilitar a visualização do histórico do aluno, nas diversas áreas de seu relacionamento com a ATHON ENSINO SUPERIOR.

Desses registros serão extraídas as informações necessárias para produção dos dados estatísticos, listados anteriormente.

## **OPERACIONALIZAÇÃO DA OUVIDORIA**

A Ouvidoria atende os Alunos e os temas pertinentes, com a presença do Ouvidor designado pela Direção Geral, nos dias indicados.

Alunos que desejarem reunir-se com a Diretoria Acadêmica, ou Geral, formalizam a solicitação junto à Centro de Atendimento ao Aluno, por meio do requerimento existente.

As equipes do Centro de Atendimento ao Aluno encaminham o requerimento para Ouvidoria que o encaminhará, por meio dos procedimentos estabelecidos na Ouvidoria, ao Diretor a fim de que obtenha o despacho acadêmico.

De posse da decisão, a Ouvidoria escreve uma carta para o aluno, assina e a entrega em duas vias, junto com o requerimento, à Secretaria.

O Centro de Atendimento ao Aluno entrega a resolução do requerimento ao aluno onde ocorrerá o protocolo da carta, no verso do requerimento.

Uma via da carta fica retida juntamente com o requerimento e segue para arquivo na pasta do aluno.

Alunos que insistirem em falar com a Direção, após esta fase, são encaminhados, diretamente para a Ouvidoria.

## **REPRESENTANTE DE EIXO OU CURSO**

A Ouvidoria atuará junto aos representantes de eixo ou curso de todos os programas educacionais existentes, na ATHON ENSINO SUPERIOR, destacando, no atendimento a característica de representação.

## **ANÁLISE DE CAUSA E EFEITO**

O Ouvidor procederá com análise de causa e efeito das demandas, por área, podendo recomendar as sugestões de planos de ação ou sugestões de melhoria que possam abranger a comunidade estudantil como um todo, ainda que a demanda tenha surgido em um ou outro curso específico.

## **FLUXO DAS ATIVIDADES**

Uma vez capturadas as demandas, estas seguem, classificadas, para endereçamento dos temas junto às demais áreas da ATHON ENSINO SUPERIOR.

Tratada a demanda, o resultado é retornado à Ouvidoria a fim de que seja informado o demandante a respeito do resultado e seja capturado, estatisticamente, se atendeu ou não a demanda, o tempo que consumiu no processo de endereçamento interno e principalmente a ação ou melhoria gerada.

Quando a direção recebida implicar na atividade adicional das demais áreas da instituição, caberá ao Ouvidor partilhar com a área envolvida a direção recebida.

Para o registro de quaisquer demandas, no âmbito da ouvidoria, será, inicialmente, utilizado o formulário anexo, a ser preenchido pelos intervenientes no processo, nos moldes do fluxo operacional, descrito acima, ilustrado, no arquivo a seguir.

## **PADRÃO DE COMPORTAMENTO**

As comunicações com os Alunos focam a aproximação deles e não seu afastamento. Para tanto serão observados os posicionamentos listados a seguir:

- Evitar levar as situações para o lado pessoal.
- Evitar julgamentos, quando atender o aluno.
- Eliminar toda e qualquer forma de preconceito.
- Tratar o Aluno pelo seu nome.
- Prestar atenção ao que o Aluno comunica.
- Não tentar adivinhar o que o Aluno deseja.
- Evitar o “achismo”, visto que achar não é saber.
- Basear-se em fatos e dados.
- Não induzir o Aluno a colocações ou abraçar eventuais vozes correntes, na comunidade.
- Solicitar evidencias, quando possível, para instrumentar a demanda.
- Ouvir, essencialmente.
- Atitude positiva, energia em alta.
- Identificar a necessidade do Aluno.
- Atendimento claro e conciso.
- Entonação de voz natural, sempre.
- Cuidado com termos internos ou técnicos desconhecidos pelo Aluno.
- Evitar o uso de expressões que depreciem o Aluno.
- Caso tenha que interromper o interlocutor, chame-o pelo nome.
- Usar de desembaraço ao falar fazendo-o com clareza.
- A reclamação ou nervosismo do Aluno é um presente, pois ele está nos dizendo onde devemos e podemos melhorar.
- Ao retornar para o Aluno certificar-se de que entendeu as orientações.
- Verificar se o Aluno confirma a solução da demanda, alinhada ao seu desejo.
- Verificar se o Aluno confirma a solução da demanda, desalinhada ao seu desejo.
- No caso de soluções que demandem prazo de implementação, manter o Aluno informado.
- Capturar a satisfação do aluno, ao final.

## **MELHORIA CONTÍNUA**

A ATHON ENSINO SUPERIOR Sorocaba, ao instalar a Ouvidoria, insere-a em seu processo de melhoria contínua de suas atividades educacionais, buscando a fidelização de nossos Alunos, com a abertura para recepção de contribuições que venham enriquecer o trabalho aqui

desenvolvido, conquistando a excelência, em sua atividade, na cidade em que atua.

Este Ato Regulatório, poderá ser modificado, a qualquer tempo em que se identifique a necessidade de melhoria.

Torna-se efetivo na data de sua emissão, ora classificada como Ato Regulatório Revisão # 6.

-----FIM DA  
**TRANSCRIÇÃO**

### POLÍTICAS DE INCLUSÃO E ACESSIBILIDADE

Plano de promoção de acessibilidade e atendimento prioritário, imediato e diferenciado para a utilização, com segurança e autonomia, total ou assistida, dos espaços, mobiliários e equipamentos urbanos, das edificações, dos serviços de transporte, dos dispositivos, sistemas e meios de comunicação e informação, serviços de tradutor e intérprete da Língua Brasileira de Sinais – LIBRAS.

A política de educação inclusiva da, Athon Ensino Superior imbuída nos objetivos sociais relativos à educação e à cultura, observados o Princípio Constitucional da Dignidade da Pessoa Humana, como também aqueles contemplados pela Lei nº 10.098/2000 (Lei de Acessibilidade), notadamente em seu art. 17, verificando acadêmicos deficientes auditivos em seu quadro discente, de ofício ou por manifestação do aluno, ou ainda ao se deparar com inscritos em seu vestibular que declarem tal dificuldade ou deficiência, contrataria, bem como contratará de imediato uma pessoa habilitada a empreender tal função, qual seja, de Intérprete da Língua Brasileira de Sinais (LIBRAS). E atendendo o Art. 2º da Lei 10.098/2000, a Athon Ensino Superior promoverá a adaptação das instalações físicas e de comunicação para os portadores de deficiência ou com mobilidade reduzida.

### COORDENAÇÃO DE CURSO

**Prof. Ms. Elcio José Sotkeviciene**

Mestre em Administração de Empresas pela Universidade Taubaté.

Formação em: Administração de Empresas pela Faculdade de Ciências Economicas e Administração De Empresas Dr. Clovis Salgado - Mogi das Cruzes - SP.

### **Atuação do coordenador de curso em gestão:**

A Coordenação do Curso é exercida por um professor, indicado pelo Diretor Acadêmico, por tempo indeterminado, para orientar e acompanhar o estudante desde o ingresso na Instituição até concluir a formação desejada, no MBA Executivo Athon.

O coordenador do Curso é responsável pela coordenação acadêmica e técnico-pedagógica do curso a ele vinculado, pela qualidade e eficácia do curso, propondo à Diretoria Acadêmica medidas visando ao aprimoramento constante da qualificação do corpo docente.

Somam-se às responsabilidades de coordenação do curso a eliminação de dúvidas e a solução de eventuais conflitos decorrentes na docência e com os demais colaboradores, em sua área de atuação.

Propõe para discussão da Diretoria Acadêmica da Athon Ensino Superior medidas necessárias visando assegurar um processo contínuo de melhoria de ensino-aprendizagem.

Cumpre e faz cumprir todas as determinações emanadas dos órgãos superiores;

Sugere modificações para o currículo pleno dos cursos em atividade n Athon Ensino Superior a, encaminhando-as à Diretoria Acadêmica.

Sugere medidas que visem ao aperfeiçoamento e desenvolvimento das atividades da Athon Ensino Superior, bem como opinar sobre assuntos pertinentes que lhe sejam submetidos pelo Diretor Acadêmico.

Sugere a contratação e dispensa de pessoal docente.

Exerce as demais atribuições que lhe sejam previstas em lei e neste Regimento.

### **Atividades do coordenador de curso em relação aos docentes:**

Compete ao Coordenador a seleção do corpo docente que integrará a grade de professores do curso, tendo a importante função de disseminar entre eles os propósitos do modelo pedagógico, o perfil do profissional a ser formado, o devido cumprimento dos programas e a orientação didático pedagógicas em situações que assim o requeiram.

### **Atividades do coordenador de curso em relação aos discentes?**

Cabe ao Coordenador do Curso o exercício do diálogo continuado que perpassa a vida acadêmica do estudante, exercendo papel fundamental na orientação acadêmica, a motivação ao aprendizado e o alinhamento constante para a formação do egresso proposta no projeto do curso.

Representatividade nos órgãos colegiados

Rua da Penha, 1181 - CEP18010-004  
Centro Sorocaba SP - 15 30425000  
[www.athonedu.com.br](http://www.athonedu.com.br)



## INFRAESTRUTURA

A Athon Ensino Superior está instalada no centro da cidade de Sorocaba.

É notório para todos que conhecem a Athon Ensino Superior a qualidade de suas instalações, a começar pelo campus. Com 15.796m<sup>2</sup> de área total e 13.400,22m<sup>2</sup> de área construída, sua arquitetura moderna proporciona um ambiente agradável e adequado ao aprendizado.

Constitui importante diferencial da Instituição sua estrutura física, composta por salas de aula, biblioteca, cantinas, quadras, além dos amplos estacionamentos disponibilizados aos professores e funcionários e das demais instalações acadêmicas e administrativas.

Importante destacar a qualidade de seus laboratórios básicos e específicos, que, além de servirem ao ensino, prestam relevante serviço à comunidade como o Núcleo de Práticas Jurídicas.

Estes são constantemente atualizados e mantidos em perfeitas condições para o desempenho das atividades que neles são desenvolvidas.

Os diversos prédios abrigam espaços para utilização pelo corpo docente, incluindo salas específicas para professores contratados em regime integral e parcial.

Estes locais estão devidamente equipados com computadores e demais instalações para o adequado uso pelos docentes.

Os coordenadores de curso contam com salas e postos de trabalho específicos para o desenvolvimento de suas atividades.

Também os serviços acadêmicos são contemplados nas áreas destinadas à Secretaria Geral, Ouvidoria, Serviço de Apoio Acadêmico e Marketing.

### **Espaço de Trabalho para Coordenação do Curso**

O Coordenador do curso possui gabinete de trabalho próprio que possui equipamento de informática (computador e impressora), climatizada, com iluminação adequada e perfeitas condições de higiene e limpeza, adequados ao seu trabalho.

Além disso, a sala possui armário e mesa de trabalho, onde o coordenador possui total condição de atendimento aos alunos e professores.

### **Sala de Professores**

A ATHON ENSINO SUPERIOR conta com uma sala de professores com as seguintes estruturas: computadores com acesso à internet e impressora local, e uma leitora óptica de cartão de resposta com software próprio instalado.

Rua da Penha, 1181 - CEP18010-004  
Centro Sorocaba SP - 15 30425000  
[www.athonedu.com.br](http://www.athonedu.com.br)

## **Salas de aula**

Todas as salas de aula oferecem o conforto necessário e estão preparadas para atender as turmas de alunos.

Nas salas de aula estão disponíveis: projetor multimídia e computador com acesso à internet, quadro quadriculado ou Branco, quadro de avisos, mesa do professor, tela retrátil e amplas janelas que proporcionam ventilação e luz natural.

A iluminação é complementada com luz artificial fluorescente e iluminação de segurança e dois aparelhos condicionador de ar-condicionado. Na Instituição estão reservadas 10% de carteiras para estudantes canhotos.

## **Acesso dos Alunos aos Equipamentos de Informática**

Athon Ensino Superior disponibiliza recursos de informática aos seus discentes em laboratórios e na biblioteca.

As necessidades de recursos de hardware e software são implementadas de acordo com as necessidades de cada curso.

Existem laboratórios específicos e compartilhados de informática entre os vários cursos.

Os alunos possuem acesso aos laboratórios também fora dos horários de aulas, com acompanhamento do apoio.

Além dos diferentes softwares, disponibilizam-se também acesso à Internet através de wireless onde basta o aluno informar seu número de matrícula e senha.

Os laboratórios de informática são ofertas básicas da instituição para que seus alunos tenham acesso garantido às tecnologias da informação e da comunicação.

Os Laboratórios de informática são utilizados pelos alunos nas diversas disciplinas que exigem periodicamente ou esporadicamente estes equipamentos.

Além dos laboratórios de informática, os discentes podem acessar a rede Wireless disponíveis em vários pontos da Athon Ensino Superior e dos computadores da biblioteca.

Todos os computadores dos laboratórios da Athon Ensino Superior e da biblioteca permitem acesso à internet.

Com a finalidade de poder atender todo corpo acadêmico da Athon Ensino Superior estabelecemos algumas regras para eliminarmos contratemplos e disciplinar o uso deles.

## **Usuários:**

Rua da Penha, 1181 - CEP18010-004  
Centro Sorocaba SP - 15 30425000  
[www.athonedu.com.br](http://www.athonedu.com.br)

São usuários dos Laboratórios os alunos, professores e funcionários da Athon Ensino Superior

### **Identificação:**

A identificação dos alunos é feita mediante reconhecimento do cartão pela apresentação da Identidade Estudantil, e para funcionários e professores a identificação é feita por meio da apresentação do crachá funcional; excepcionalmente, será admitida uma autorização assinada pelo coordenador de cada curso ou setor.

### **Reserva Automática:**

É a reserva decorrente da grade horária dos cursos que têm disciplinas com aulas práticas e que utilizam o Laboratório.

Essa modalidade de reserva tem prioridade sobre as demais. São feitas pela Coordenação, com o apoio da Supervisão Pedagógica.

Os horários das reservas automáticas devem ser fixados em local de fácil acesso e boa visibilidade para os usuários.

A presença do docente e/ou auxiliar é obrigatória, sendo de sua responsabilidade os programas utilizados pelos alunos, bem como os equipamentos do Laboratório.

O docente deve comunicar com antecedência de, no mínimo, 12 (doze) horas, a eventual suspensão de aula programada para o Laboratório, cancelando a reserva automática; caso não o faça, a Supervisão do Laboratório comunicará o fato à Supervisão Pedagógica, para que sejam tomadas as providências cabíveis.

Durante a aula, no Laboratório, todos os equipamentos, mesmo os que não estiverem sendo utilizados, são dedicados à aula prática, não podendo ser destinado a qualquer outro usuário, exceto com o consentimento do docente e conhecimento do técnico.

Nesse caso, o aluno deverá adotar os mesmos procedimentos de identificação.

### **Reserva Coletiva:**

É a reserva para as disciplinas que não têm previsão de reservas automáticas.

A reserva só pode ser feita pelo docente que ministra a disciplina, sendo permitida a utilização de apenas um Laboratório por reserva.

Essas reservas devem ser feitas, no mínimo, com 24 (vinte e quatro) horas de antecedência para evitar conflitos com outras reservas coletivas.

As reservas coletivas não poderão ser feitas, antecipadamente, para todo o semestre

A presença do docente é obrigatória, sendo de sua inteira responsabilidade os programas utilizados pelos alunos, bem como os equipamentos do Laboratório.

Durante a aula no Laboratório, todos os equipamentos, mesmo os que não estiverem sendo utilizados, são dedicados à aula prática, não podendo ser destinados a qualquer outro usuário, exceto com o consentimento do docente e conhecimento do técnico.

Nesse caso, o aluno deverá adotar os mesmos procedimentos de identificação.

### **Reserva Individual:**

É a reserva feita pelo e para o próprio usuário, utilizando-se a Identidade Estudantil.

As reservas poderão ser feitas somente para e pelo aluno, no Laboratório que irá utilizar, desde que ele esteja disponível.

São prioridades as reservas automáticas e coletivas; sendo assim, quando solicitadas, a reserva individual será automaticamente cancelada.

A reserva deve ser feita com no máximo 24 (vinte e quatro) horas de antecedência e terá a duração máxima de 1 (uma) hora.

O usuário não poderá reservar, antecipadamente, mais de um horário por período (manhã, tarde ou noite).

Havendo disponibilidade, será permitida a extensão da reserva por mais um período de 1 (uma) hora e assim sucessivamente.

Para utilizar o equipamento reservado, o usuário deverá fazer o reconhecimento da Identidade Estudantil.

Caso o usuário esteja com a autorização por escrito ou com a Identificação Estudantil, essas deverão ser entregues para o monitor presente no Laboratório, para que ele anote o número de matrícula ou nome do usuário.

### **Todas as reservas:**

Para quaisquer modalidades de reserva (automáticas ou coletivas) o não-comparecimento, após 15 minutos, caracteriza a desistência dela, ficando os equipamentos liberados para outras reservas.

Para os laboratórios, havendo disponibilidade de horário, o aluno poderá utilizá-lo individualmente.

Horários de funcionamento dos laboratórios: de 2ª a 6ª feira das 7h00 às 23h00 horas. Quando houver aula neste período, o laboratório ficará restrito apenas aos alunos.

Todos os alunos que necessitarem usar os laboratórios de Informática deverão identificar-se através do documento escolar da Instituição (Cartão de Identidade Escolar).

Portanto, os alunos devem estar cientes que sem este documento, sua permanência no laboratório será impossibilitada.

O usuário deve cumprir rigorosamente os horários de início e término de uso do equipamento.

O laboratório é um lugar de trabalho, e não de conversa e encontros que se afastem desse fim.

Não será permitido fumar, comer ou beber nos laboratórios e nem usar aparelhos sonoros, celular ou outro qualquer que gera sinais elétricos ou magnéticos.

"É importante conservar o silêncio neste ambiente de trabalho".

Fica vetado aos usuários proceder instalações de sistemas ou programas nos equipamentos dos laboratórios, assim como qualquer tentativa de cópia dos sistemas que o laboratório possui nos equipamentos.

O usuário não poderá alterar a configuração de sistemas/programas, ou deletar qualquer arquivo.

É totalmente proibida a entrada de qualquer software não autorizado, ou uso de material estranho no laboratório.

Fica vetada aos usuários a gravação de seus próprios arquivos de trabalho no disco rígido do equipamento.

Tal atitude implicará na deleção do referido arquivo, ficando os laboratórios isentos de qualquer responsabilidade.

A Instituição não se responsabiliza por problemas nos arquivos dos usuários em decorrência da falta de energia elétrica, estado do equipamento, vírus, uso indevido, inadequado ou inexperiência do usuário.

Por se tratar de equipamento delicado e oneroso, o usuário fica responsável pela sua conservação e manuseio adequado.

Em caso de danos por parte do usuário, ele ficará responsável pelas despesas de manutenção do equipamento.

Os equipamentos não devem ser usados como apoio de volumes, tais como cadernos, pastas, livros etc.

A temperatura da sala será mantida relativamente abaixo do normal, não podendo ser alterada devido à sensibilidade dos equipamentos.

Em caso de reclamações, o usuário deverá entrar em contato com a Coordenadoria dos Laboratórios ou com a Secretaria de Graduação, por escrito ou verbalmente discriminando a ocorrência em questão.

#### Laboratório de Internet

Horário de funcionamento: das 7h00 às 23h00, de 2ª a 6ª feira e aos sábados das 8h00 às 17h30.

Caso não haja horários marcados, os alunos podem usar o laboratório normalmente, por ordem de chegada, seguindo todas as outras normas de uso.

#### Acervo Bibliográfico

No âmbito da filosofia norteadora do projeto pedagógico do curso MBA Executivo Athon que visa à integração dos vários conteúdos curriculares e à interdisciplinaridade, pode-se notar a adequação das ementas, que se refletem nos programas das disciplinas.

A coordenação do MBA Executivo Athon e o corpo docente, focam em atualizar os programas das disciplinas, no contexto das ementas sugeridas para o projeto evidenciando-as no PPC.

Além disso, os programas das disciplinas são confrontados, com o objetivo de se evitar repetições de conteúdos e, em especial, buscar a complementaridade tanto horizontal quanto verticalmente.

Essa interdisciplinaridade perpassa todo o projeto e é realizada por causa da motivação e do comprometimento do corpo docente.

As referências bibliográficas dos vários componentes curriculares são adequadas ao conteúdo das ementas e ao programa do curso, constituindo-se em valiosas fontes de consulta e estudo para os acadêmicos.

Os livros indicados como bibliografia básica estão disponíveis na Biblioteca da Athon Ensino Superior.

A biblioteca universitária está estruturada de forma a dar suporte às necessidades educacionais das atividades de ensino, pesquisa e extensão.

Instalada em uma área física de 124m<sup>2</sup>, distribuídos em área de trabalho, uso da internet, área de acervo, administração, área de estudos e circulação, salas para estudos em grupo, possui 4 terminais para pesquisas em eletrônicos.

São aproximadamente 3.414 títulos com 15.503 exemplares, periódicos nacionais, somando aproximadamente 143 exemplares, além do acervo multimídia, com títulos diversos.

A biblioteca oferece aos seus usuários: acervo informatizado, disponível à consulta pela internet; empréstimo domiciliar informatizado; consulta local, com livre acesso às estantes; comutação bibliográfica; rede wireless; apoio aos usuários na elaboração de trabalhos acadêmicos; Programa Virtual Vision, para deficientes visuais.

Atualmente conta com a Biblioteca digital [www.minhabiblioteca.com.br](http://www.minhabiblioteca.com.br) com mais de São aproximadamente 3.414 títulos com 15.503 exemplares, periódicos nacionais, somando aproximadamente 143 exemplares, além do acervo multimídia. títulos nas mais diversas áreas de conhecimento.

## AUTOAVALIAÇÃO INSTITUCIONAL E DO CURSO

O processo de avaliação da IES, reformulado em 2017, é conduzido em etapas indicadas a seguir:

São identificados três grupamentos de respondentes; discentes, docentes e técnico-administrativos.

São elaboradas as perguntas a serem respondidas, classificadas por grupamento de respondentes conforme as etapas as dimensões avaliadas, incluídas nesta fase a revisão dos questionários.

Segue-se a aplicação dos questionários.

Dado o prazo para resposta, estas são colhidas e tabuladas de forma a assegurar a validação estatística dos instrumentos utilizados.

Os resultados são discutidos.

As recomendações relativas às oportunidades de melhoria são comunicadas à IES.

Com a finalidade de assegurar articulação entre o PDI e os PPCs dos cursos, a avaliação abrange os cinco eixos e as dez dimensões estabelecidos pelo SINAES.

Objetiva-se com esta estruturação a unicidade do percurso trazendo lisura e isenção dos processos de avaliação dos temas a seguir:

Missão e do Plano de Desenvolvimento Institucional.

Política para o ensino, a pesquisa, a pós-graduação, a extensão e as respectivas normas de operacionalização, incluídos os procedimentos para estímulo à produção acadêmica, as bolsas de pesquisa, de monitoria e demais modalidades.

Responsabilidade social da instituição, considerada especialmente no que se refere à sua contribuição em relação à inclusão social, ao desenvolvimento econômico e social à defesa do meio ambiente, da memória cultural, da produção artística e do patrimônio cultural.

Comunicação com a sociedade.

Políticas de pessoal, de carreiras do corpo docente e corpo técnico administrativo, seu aperfeiçoamento, desenvolvimento profissional e suas condições de trabalho.

Organização e gestão da instituição, especialmente o funcionamento e representatividade dos colegiados, sua independência e autonomia na relação com a mantenedora, e a participação dos segmentos da comunidade universitária nos processos decisórios.

Infraestrutura física, especialmente a de ensino e de pesquisa, biblioteca, recursos de informação e comunicação.

Planejamento e avaliação, especialmente em relação aos processos, resultados e eficácia da autoavaliação institucional, com perguntas não endereçadas aos docentes.

Políticas de atendimento aos estudantes

Sustentabilidade financeira, tendo em vista o significado social da continuidade dos compromissos na oferta da educação superior.

**Em suas reuniões de planejamento a CPA leva em conta as seguintes ações:**

Definição dos recursos materiais para as atividades da CPA.

Alinhamento da sistemática de atuação da CPA e demais envolvidos nos processos.

Pré-projeto de autoavaliação - definição, por parte da CPA, dos objetivos, estratégias, metodologia, recursos e calendário (cronograma) das ações (de acordo com os prazos estabelecidos na Portaria MEC 2051/2004).

Programa de sensibilização interna com reuniões, informativos e murais, promovidas pela equipe da CPA com o envolvimento da comunidade acadêmica.

Definição dos trabalhos envolvendo os principais segmentos da comunidade acadêmica, atendendo a todas as dimensões do processo.

Revisão e adequação dos questionários de avaliação já existentes.

Elaboração de novos questionários de avaliação.

Elaboração do formato para composição dos relatórios.

Definição da periodicidade de levantamento de dados nas diversas dimensões.

Definição da metodologia de análise e interpretação dos dados.

Definição da sistemática de divulgação dos resultados.



**Na sequência do Processo de Autoavaliação, são realizadas as seguintes ações:**

Coleta de dados e informações, conforme procedimentos definidos nas reuniões da CPA com a comunidade acadêmica.

Organização dos dados e das informações coletadas.

Análise dos dados e informações coletadas.

Elaboração de relatórios parciais ou integrais, conforme a previsão.

**Na fase seguinte, de Consolidação dos Dados Coletados, são realizadas as seguintes ações:**

Elaboração dos relatórios finais

Apresentação do relatório final à Direção da Instituição para aprovação

Publicação do relatório final no e-MEC

Organização e discussão dos resultados com a comunidade acadêmica, publicação das experiências e divulgação dos resultados

Identificação das oportunidades de melhoria e dos pontos fortes a serem mantidos, com vistas a suportar um processo interno de planejamento das implementações de melhorias com objetivos e metas definidas com as dotações orçamentárias.

O preparo do plano de ação cabe à IES, em conjunto com a CPA. Atuando em conjunto com a representação da IES estão os docentes, técnico-administrativos e os gestores.

Esta ação conjunta viabiliza a análise e os debates a respeito das informações disponibilizadas.

Fica evidenciada com esta sistemática a importância da preparação dos materiais de análise, de onde derivam a compreensão dos insumos coletados em pesquisa e a integral associação entre cada um deles, configurando um suporte pelos dados coletados pela CPA, configurando-se como aliado estratégico de suma importância para a tomada de decisões que se configurem seguras e eficazes.

Divulgação dos resultados e das ações empreendidas à toda a comunidade acadêmica, por meio de site e quadros de aviso e e-mail marketing.

São destacados os temas que foram objeto de melhoria de forma a trazer para a comunidade acadêmica a evidência de que sua contribuição verificada na pesquisa encontrou eco na IES.

Alinhados nestes objetivos, os formulários de avaliação têm sido construídos por temas onde os respondentes avaliam em escala numérica de 1 a 5 qual é o grau de concordância.

Importante ressaltar que, sempre que necessário, após a validação estatística ou até mesmo após discussões junto às partes envolvidas na autoavaliação da Instituição, o formulário pode sofrer alterações.

Os instrumentos de autoavaliação são disponibilizados na plataforma Google Forms (Serviços On-Line) e são precedidos por uma campanha de sensibilização, cujo objetivo é buscar o engajamento e aumentar a participação. Obedece à seguinte sistemática:

Em duas avaliações anuais são avaliados todos os temas tratados pelo SINAES, em suas dez dimensões e cinco eixos, com a participação integral da comunidade acadêmica, discentes, docentes e técnicos administrativos.

Ao final de cada avaliação são identificados os resultados em consonância com os indicadores estabelecidos, possibilitando análise crítica de cada situação objeto de avaliação.

Quando há um índice crítico, ou seja, abaixo da meta estabelecida, elabora-se um relatório específico contendo as recomendações de melhoria endereçadas à IES, sempre levando em consideração o que está estabelecido no PDI e nos PPC's dos cursos avaliados.

Portanto, a autoavaliação realizada pela IES encontra-se incorporada a um constante processo de monitoramento da vida acadêmica, englobando as distintas esferas que a circundam, como a gestão da Instituição, as atividades de ensino, iniciação científica, extensão e responsabilidade social.

Nesse sentido, a Autoavaliação Institucional traduz-se em uma ferramenta estratégica, ao gerar um panorama da realidade e, ao mesmo tempo, transforma-se num elemento norteador das ações futuras da Instituição, direcionadas ao cumprimento de suas metas, sem perder o foco em sua missão de contribuir para o desenvolvimento humano e da comunidade através da educação e da inovação tecnológica.

O sistema de Autoavaliação dos cursos da Athon Ensino Superior de duas maneiras: sistematizadas e não sistematizadas.

Para as avaliações formais contamos com a semana de planejamento com os professores, no início de cada semestre, conforme calendário acadêmico institucionalizado, e nas reuniões de Conselho de Curso e NDE.

Contamos ainda com o instrumento do requerimento e com a Ouvidoria para atendimento das solicitações dos alunos, professores e outros colaboradores, bem como

com uma pesquisa de Avaliação de Professores, respondida pelos alunos, ocorrendo semestralmente.

A autoavaliação não sistematizada consiste nas entrevistas/coleta de declarações, com alunos, aluno-coordenador, aluno-professor e professor-coordenador de curso, a fim de levantar as reais necessidades e expectativas, dando ênfase nos alinhamentos do projeto pedagógico e as reais necessidades do mercado de trabalho.

A pesquisa de professores realizada pela CPA tem como objetivo a padronização das rotinas relativas às pesquisas a serem realizadas junto aos alunos dos cursos de graduação, ingressantes e veteranos, para avaliação do atendimento de suas expectativas e de seu grau de satisfação.

É realizada semestralmente e composta por questões voltadas à estrutura do curso e da Instituição e do corpo docente de maneira geral.

Após a apuração dos resultados, a CPA realiza reuniões individuais com os Coordenadores para análise dos resultados das pesquisas e identificação das oportunidades de melhoria.

Cada Coordenador fica incumbido da apresentação dos resultados aos respectivos Conselhos de Curso.

Na reunião (e, se necessário, em outras reuniões) o Conselho de Curso e NDE deve discutir e analisar os resultados das pesquisas para identificação das oportunidades de melhoria realizando as alterações necessárias com as devidas aprovações.

Ao Coordenador ainda incumbe a apresentação dos resultados ao corpo docente, onde são destacados os pontos fortes e oportunidades de melhoria, bem como a apresentação dos resultados aos alunos, onde são discutidos os aspectos específicos do curso.

## EMENTAS DAS DISCIPLINAS DO CURSO

As ementas foram construídas a partir do cenário atual do mercado de trabalho e dos negócios, sustentadas por pesquisas para identificar e desenvolver competências demandadas aos profissionais de primeira linha, de forma a contribuir com o desenvolvimento cultural e aprimoramento profissional dos discentes, com objetivo de posicioná-los para que tenham sucesso em seus projetos e atividades, no exercício da liderança criativa e inovadora, preparando-os para os desafios em suas atividades para que possam ocupar as melhores posições, no meio empresarial.

## LIDERANÇA EM GESTÃO DE PROJETOS E PROCESSOS

NÚCLEO: STEP 1

FORMAÇÃO: TODAS

CARGA HORÁRIA: 36 horas

CRIAÇÃO/REVISÃO: 15.09.2022

## COMPETÊNCIAS E HABILIDADES ESPECÍFICAS A DESENVOLVER NA DISCIPLINA

Conhecimentos sobre os principais requisitos e práticas da liderança contemporânea eficaz.

Habilidade em gerir equipes e talentos de maneira prática, interativa e atitude com características de delegação promotora da criatividade e inovação constante.

## OBJETIVOS

Caracterizar a liderança executiva para a construção de uma equipe extraordinária, envolvendo a identificação e prática dos requisitos da liderança engajadora e inspiradora, culminando com a condição essencial para o sucesso de qualquer liderança através da assimilação de conceitos de gestão que envolvem a ambiência de discussões e exercícios que utilizam ferramentas que o líder precisa dominar para conduzir corretamente seus projetos e processos com sucesso.

A disciplina trará para os estudantes uma experiência em que haverá um contato direto com conceitos de vanguarda sobre a liderança e gestão de pessoas/equipes/processos e projetos sob a luz das 5 áreas de conhecimento do PMBOK®.

Dessa forma, ao final do módulo, os participantes terão a consciência de que perpassaram por todas as áreas do PMBOK, porém sem serem submetidos aos seus conceitos de forma teórica, mas sim de forma prática, lúdica, fluida e pragmática.

Tal consciência virá através da abordagem adaptativa dos tópicos que, pela característica prática e mais próxima da realidade dos estudantes.

Assim, seguem as relações a serem trabalhadas entre Áreas do PMBOK X Conceitos e Práticas da Liderança.

Iniciação: (Condições para início do Jogo - Repetição)

Importância do Tempo, Comunicação e Definição de Objetivos;

Planejamento: (Estratégia e Expectativas - Repetição)

Regras do Trabalho em Equipe;

Resultados da Boa Liderança;

Desenvolvimento: (Jogando o Jogo – Repetição)

Desenvolvimento Organizacional e a Liderança Estratégica;

Gestão de Equipes e Talentos;  
Monitoramento: (Administração, alavancagem, repetição e finalização de desvios)  
Mecanismos de Defesa;  
Delegação e Empowerment;  
Autoconhecimento, Feedback e Aconselhamento;  
Encerramento: (Finalização e abertura para níveis mais elevados).  
Gestão do Conflito, Criatividade e Inovação;  
Motivação e Estilos de Liderança;  
Inteligências Múltiplas e a Liderança Engajadora.

## EMENTA

Movimento sobre a liderança em gestão de projetos e processos que considera as principais abordagens e fundamentos contemporâneos na gestão de pessoas como relação de poder e influência diferenciando-a do gerenciamento e indo das competências gerenciais às competências em liderar de maneira efetiva e eficaz para a construção de ambiências organizacionais de alto desempenho, liderando a si e os outros.

## CONTEÚDOS

MÓDULO 1 – Conhecer crenças da liderança – Reflexões sobre Tempo, Comunicação, Objetivos, regras e Desenvolvimento Organizacional;  
MÓDULO 2 – Praticar requisitos da liderança estratégica – Gestão de Talentos e seus Mecanismos;  
MÓDULO 3 – Desenvolver a liderança estratégica – Promover a delegação e empoderamento genuíno;  
MÓDULO 4 – Treinar e inspirar equipes - Autoconhecimento, Feedback e Aconselhamento;  
MÓDULO 5 – Exercer a liderança participativa e inovadora - Gestão do Conflito, Criatividade e Inovação;  
MÓDULO 6 – O ouvir e falar construtivo – Motivação, Estilos de Liderança, Inteligências Múltiplas e a Liderança Engajadora.

## AVALIAÇÃO

PROVA ESCRITA: PESO 40%  
TRABALHOS EM EQUIPE: 60%

## APROVAÇÃO

NOTA MÍNIMA 7  
FREQUENCIA MÍNIMA 75%

## BIBLIOGRAFIA

BENNIS, Warren, e BIEDERMAN, Patrícia, Os gênios da organização, Rio de Janeiro, Campus, 2009.

BENNIS, Warren, NANUS, Bert, Líderes: estratégias para assumir a verdadeira liderança e mudanças, Rio de Janeiro, Campus, 2006.

BENNIS, Warren, SPREITZER, Gretchen, e CUMMINGS, Thomas, O futuro da liderança, São Paulo, Futura, 2011.

CHOWDHURY, Subir, Administração no século XXI: o estilo de gerenciar de hoje e no futuro, São Paulo, Pearson, 2013.

CLIFTON, Don; RATH, Tom, Descubra seus pontos fortes, Rio de Janeiro, Sextante, 2019.

CONGER, Jay, O líder carismático, São Paulo, Makron, 2011.

COVEY, Stephen, Liderança baseada em princípios, Rio de Janeiro, Campus, 2002.

COSTA, Eliezer Arantes da Gestão Estratégica - Da Empresa que Temos para a Empresa que Queremos, São Paulo, Saraiva, 2012.

FIELDER, Fred, Liderança e administração eficaz, São Paulo, Pioneira, 2001.

HESELBEIN, Frances, GOLDSMITH, Marshall e BECKARD, Richard, O líder do futuro: visões, estratégias e práticas para uma nova era, São Paulo, Futura, 2005.

KOUZES, James e POSNER, Barry, O desafio da liderança, Rio de Janeiro, Campus, 2011.

KRAMES, Jeffrey A, O estilo Jack Welsh de liderança, Rio de Janeiro, Campus, 2015.

MASCARENHAS, André O., Gestão Estratégica de Pessoas, Boston, EUA. Cengage Learning, 2020.

NANUS, Burt, Liderança visionária: como planejar o futuro da sua empresa, Rio de Janeiro, Campus, 2010.

SCHOLTES, Peter, O manual do líder, Rio de Janeiro, Qualitymark, 2009.

TAFFINDER, Paul, Curso intensivo de liderança: como desenvolver suas habilidades e se tornar um líder verdadeiramente eficaz, São Paulo, Clio, 2002.

ULRICH, Dave, ZENGER, Jack e SMALWOOD, Norm, Liderança orientada para resultados, Rio de Janeiro, Campus, 2010.

## FINANÇAS GERENCIAIS

### **NÚCLEO: STEP 1-**

### **FORMAÇÃO: TODAS AS FORMAÇÕES**

### **CARGA HORÁRIA: 24 horas**

### **CRIAÇÃO/ÚLTIMA REVISÃO: 26.12.2021**

### **CENÁRIO**

Decisões tomadas, no meio empresarial, envolvem e impactam os aspectos financeiros dos negócios.

O entendimento desses aspectos viabiliza a adequada demonstração de resultados obtidos em várias iniciativas, habilitando a contínua apreciação de profissionais, por parte do empresariado, dada a utilização dos argumentos de resultado financeiro, quer na apresentação de propostas como nas tomadas de decisões.

Nesta disciplina, serão apresentados os conceitos financeiros básicos para que as informações desta natureza sejam interpretadas, identificando os drenos de lucratividade, em áreas específicas, para o endereçamento das oportunidades identificadas e o reflexo contributivo das melhorias implementadas, no resultado financeiro do negócio.

- Conhecer os principais termos financeiros: ativos, passivos, capital, depreciação e capitalização.
- Analisar a demonstração de resultados para avaliar receitas e despesas.
- Comparar financiamento de dívida vs. capital próprio
- Planejar lucro, conduzir análise de ponto de equilíbrio e previsão financeira.
- Compreender, no fluxo de caixa, de onde vem o dinheiro e como ele é aplicado.
- Conhecer a contabilidade de custos
- Analisar o método de retorno, fluxo de caixa descontado, valor presente e índice de valor presente ao tomar decisões lucrativas de investimento de capital.
- Compreender o conceito de custo de capital.

### **COMPETÊNCIAS E HABILIDADES ESPECÍFICAS A DESENVOLVER**

Serão desenvolvidos conceitos financeiros básicos para que as informações desta natureza sejam interpretadas, identificando: drenos de lucratividade, aumento de custos, desequilíbrios financeiros e viabilidade de projetos de investimentos.

## OBJETIVO

- Conhecer os principais termos financeiros: ativos, passivos, capital, depreciação e capitalização.
- Analisar a demonstração de resultados para avaliar receitas e despesas. Conhecer a contabilidade de custos.
- Planejar lucro, conduzir análise de ponto de equilíbrio e previsão financeira. Compreender, no fluxo de caixa, de onde vem o dinheiro e como ele é aplicado.
- Compreender o conceito de custo de capital.
- Comparar financiamento de dívida vs. capital próprio.
- Analisar o método de retorno, fluxo de caixa descontado, valor presente e índice de valor presente e taxa de retorno, para tomar decisões lucrativas de investimento de capital.

## CONTEÚDOS

**MÓDULO 1** – Análise das demonstrações financeiras

**MÓDULO 2** – Gestão de Custos: O Ponto de Equilíbrio

**MÓDULO 3** – Gestão Financeira: O Fluxo de Caixa

**MÓDULO 4** – Análise de projetos de investimentos

## AVALIAÇÃO

PROVA ESCRITA: PESO 40%

TRABALHOS EM EQUIPE: 60%

## APROVAÇÃO

NOTA MÍNIMA 7

FREQUENCIA MÍNIMA 75%

## BIBLIOGRAFIA

ASSAF NETO, Alexandre. Estrutura e Análise de Balanços - Um Enfoque Econômico-financeiro. 12. Ed. São Paulo: Atlas, 2020.

ASSAF Neto, Alexandre. Matemática Financeira e suas Aplicações. 12. Ed. São Paulo: Atlas, 2012.

BRUNI, Adriano Leal; FAMÁ, Rubens. Gestão de Custos e Formação de Preços. 7. Ed. São Paulo: Atlas, 2019.

BRUNI, Adriano Leal. Avaliação de investimentos. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2020.



CHING, Hong; MARQUES, Fernando; PRADO, Lucilene. Contabilidade e Finanças para não especialistas. 3a. ed. São Paulo: Pearson, 2010.

GITMAN, Lawrence J. Princípios de administração financeira. 10. Ed. São Paulo: Pearson Addison Wesley, 2005. Autor, Título, Subtítulo, Edição, Local, Editora, Ano.

## ESTRATÉGIA E CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

### **NÚCLEO: STEP 1**

### **FORMAÇÃO: TODAS AS FORMAÇÕES**

### **CARGA HORÁRIA: 24**

### **CRIAÇÃO/ÚLTIMA REVISÃO: 17.05.2021**

### **CENÁRIO**

Estratégia é a resposta à pergunta: Como vamos vencer neste negócio?

Num mundo supercompetitivo a estratégia assumiu a dianteira na gestão empresarial. Assim, apesar das pessoas utilizarem o termo “estratégico” para qualificar qualquer coisa relativamente importante, a gestão é a arte de pôr a organização a serviço da estratégia.

Evidentemente, para escolher a estratégia é preciso antes formular cenários futuros que nada mais são do que uma representação imaginária a respeito do futuro, para se construir diferentes imagens e visões alternativas favoráveis ou desfavoráveis do ambiente de negócios.

Nesta disciplina, ocorrerá a exploração de maneiras alternativas de ver o negócio e de desafiar suposições e, por meio de estudos de caso e exercícios de pensamento prático, estimular seu raciocínio estratégico e construir cenários futuros.

- Entender o pensamento estratégico e sua evolução;
- Conhecer os conceitos essenciais de estratégia: vantagem competitiva, Trade-off, stakeholders, shareholders e as competências essenciais.
- Identificar tendências e padrões no ambiente macro, setorial e eco complexo.
- Avaliar o ciclo de vida de sua organização.

### **COMPETÊNCIAS E HABILIDADES ESPECÍFICAS A DESENVOLVER**

Visão da gestão estratégica, pensar interdisciplinar e transdisciplinar, pensar complexo, tomada de decisão, análise e reflexões críticas, raciocínio lógico, crítico e

analítico, somados a pensar estrategicamente, compõe o conjunto de competências a serem desenvolvidas.

## OBJETIVOS

Conhecer a importância da estratégia e seus instrumentos na gestão empresarial. Entender que as organizações são dependentes dos eventos macro ambientais externos.

Construir cenários futuros e preparar as organizações para serem proativas na busca da sua sobrevivência.

## CONTEÚDOS

- Conceitos Centrais de Estratégia
- Análise Macro ambiental
- Análise de Forças e Fraquezas
- Análise de Cenários
- Construção de Cenários
- Análise de Cenários Complexos
- Análise de Cenário Interno.

**MÓDULO 1** Conceitos centrais de estratégia

**MÓDULO 2** A evolução da estratégia – Análise das Forças e Fraquezas

**MÓDULO 3** Análise Macro ambiental

**MÓDULO 4** Análise/ Construção de Cenários

**MÓDULO 5** Análise de cenários complexos

**MÓDULO 6** Análise de Cenário Interno.

## AVALIAÇÃO

PROVA ESCRITA: PESO 40%

TRABALHOS EM EQUIPE: 60%

## APROVAÇÃO

NOTA MÍNIMA 7

FREQUENCIA MÍNIMA 75%

## BIBLIOGRAFIA

BARNEY, Jay B. & Hesterly, W. S. Administração Estratégica e Vantagem Competitiva. São Paulo. Pearson: 2007

HITT, Michael A. Administração Estratégica: Competitividade e Globalização: Conceitos, São Paulo. Cengage: 2018

PORTER, Michel. Estratégia Competitiva. Rio de Janeiro. Ed. Campus: 1991

VIDOTTO, Sandro. Eco Complexidade: Um modelo de futurição para tempos complexos. Itu. Ideia Viva: 2020

## CRIAÇÃO E ENTREGA DE VALOR AO CLIENTE

### **NÚCLEO: STEP 1**

### **FORMAÇÃO: TODAS AS FORMAÇÕES**

### **CARGA HORÁRIA: 24**

### **REVISÃO: 26/02/2022**

### **CENÁRIO**

Oferecer valor ao cliente é o que marketing objetiva para conquistar e fidelizar clientes.

Quanto maior for o valor percebido pelo cliente, maior será o custo de mudança que um concorrente terá para tomá-lo de uma empresa.

Portanto, é necessário compreender o que gera valor e o que gera custo para o cliente, a quantificação das necessidades, desejos e preferências dos clientes a definição dos segmentos a serem atendidos e os posicionamentos e adequação do mix de marketing.

- Entender clientes e mercados (O que pensam, querem e percebem ao comprar os produtos).
- Compreender o sistema de informação de marketing: pesquisa, informação e tecnologia utilizada.
- Comportamento do Consumidor
- Decodificar o processo de compra do cliente.
- Identificar os papéis de compra e as mídias sociais como influenciadoras.
- Conhecer o processo de compra organizacional e a decisão de compra.
- Entender segmentação e posicionamento.
- Adequar o mix de marketing: marca, valor, localização e comunicação on e off-line.

## COMPETÊNCIAS E HABILIDADES ESPECÍFICAS A DESENVOLVER

Visão de processos complexos e multidisciplinares, análises e reflexões críticas, raciocínio crítico e analítico, tomada de decisão, leitura de cenários mercadológicos, visão de gestão estratégica, tomada de decisão, análises e reflexões críticas, raciocínio lógico, crítico e analítico e pensar estrategicamente.

## OBJETIVOS

Os participantes deverão conhecer:

- Principais geradores de fenômenos mercadológicos macro ambientais
- Visão gerencial dos fenômenos micro ambientais.
- Cadeia de geração de valor
- Identificação de potenciais geradores de valor e associá-los a produtos.
- Em processos e serviços e criar segmentos de mercado a partir do Sistema de Informações de Marketing.

## CONTEÚDOS

**MÓDULO 1** Marketing, o Mercado e o Valor para o Cliente

**MÓDULO 2** Centralidade no Cliente, Produtos e Demanda

**MÓDULO 3** Comportamento e Jornada do Consumidor

**MÓDULO 4** Digital

## AVALIAÇÃO

PROVA ESCRITA: PESO 40%

TRABALHOS EM EQUIPE: 60%

## APROVAÇÃO

NOTA MÍNIMA 7

FREQUENCIA MÍNIMA 75%

## BIBLIOGRAFIA

CHURCHILL JR. Gilbert e PETER, J. Paul. **Marketing**: criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2005.

Damin, Hiram. **Customer Success**. São Paulo. DVS Editora, 2019.

ISMAIL, Salim; MALONE, Michael; GEEST, Yuri. **Organizações Exponenciais**. São Paulo. HSM Educação Executiva, 2015.

HINDLE, Martin & THOMAS, Michael. **Tudo sobre Marketing**. São Paulo: Nobel, 2002.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 5ª. ed. São Paulo, 1998.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 10ª ed. (Novo Milênio). Prentice Hall, 2000.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. 14ª. edição. São Paulo. Prentice Hall, 2013,

KOTLER, Philip & ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 9ª. ed. São Paulo. Prentice Hall, 2003.

KOTLER, Philip. **Marketing para o século XXI**. Rio de Janeiro. Ediouro, 2008.

REICHHELD, Fred. **A Pergunta Definitiva 2.0**. Rio de Janeiro. Alta Books, 2018

## GESTÃO DE TALENTOS INTERGERACIONAIS

### **NÚCLEO: STEP 1**

### **FORMAÇÃO: TODAS AS FORMAÇÕES**

**CARGA HORÁRIA: 24 horas**

**CRIAÇÃO/REVISÃO: 10/01/2022**

Num momento de escassez de talentos, gerir pessoas é uma das mais desafiadoras funções de um líder executivo.

Essa tarefa fica ainda mais disfuncional, quando se reúne, num mesmo ambiente de trabalho, ou projeto, pessoas de diferentes gerações, que têm objetivos diferentes e, na mente, modelos cristalizados de gestão e de processos.

Nesta disciplina serão conhecidas as diferentes gerações que convivem lado a lado, na organização, suas expectativas e características.

Discutir formas de resolver o desafio de engajar as pessoas com o negócio, conhecer práticas específicas para trabalhar através das gerações, aumentando o engajamento e a produtividade, percebendo que a diversidade de gerações pode se transformar numa vantagem competitiva para as organizações completam o conteúdo.

- Compreender as metas, expectativas e ambições das diferentes gerações.

- Formular estratégias para estimular o engajamento dos colaboradores, seu crescimento profissional e a consequente expansão da produtividade.
- Identificar como reter, inspirar e preparar a próxima geração de líderes.
- Vivenciar as técnicas de negociação.
- Aplicar o processo de feedback como negociação de perspectivas.

## **COMPETÊNCIAS E HABILIDADES ESPECÍFICAS A DESENVOLVER**

Discutir formas de resolver o desafio de engajar as pessoas com o negócio, conhecer práticas específicas para o trabalho em equipe com diferentes gerações e desenvolver algumas competências, tais como:

**Consciência e Diversidade Cultural** – Aborda o conhecimento, compreensão e convivência com as diferenças das diferentes gerações de forma profissional e produtiva.

**Relacionamento Interpessoal** – Trabalha a capacidade de interagir e criar rede de contatos de forma construtiva que engaje e alinhe a equipe multigeracional.

**Liderança** – estimula a capacidade de alinhar e conduzir equipes e pessoas aos objetivos e valores da empresa.

**Gestão de pessoas e conflitos** – aborda a importância de atrair, manter e desenvolver pessoas para grupos de alta performance.

A partir do desenvolvimento dessas competências, o profissional adquire habilidades que facilitam e viabilizam o trabalho em equipe fazendo com que a diversidade se transforme numa vantagem competitiva para as organizações.

## **OBJETIVOS**

- Entender os conceitos de talento, gestão de talentos e perfil geracional.
- Conhecer as principais características e diferenças entre as gerações.
- Discutir formas de resolver os desafios e engajar profissionais de cultura e comportamentos diferentes.
- Formular estratégias para lidar com os conflitos geracionais e estimular o crescimento profissional.
- Identificar como reter, inspirar e preparar a próxima geração de líderes.
- Entender sobre o conceito de feedback e sua importância entre o time de profissionais.
- Inteirar-se da introdução a gestão de talentos, conceitos e diferentes perfis geracionais, com abordagem das características comportamentais, semelhanças e diferenças culturais.
- Entender o modelo do iceberg cultural, consciência, perfil e práticas do profissional que atua com a diversidade cultural e os conceitos de conflitos, desafios e gestão de conflitos nas diferentes gerações e talentos, tipos de conflitos,

gerenciamento de conflitos, competências essenciais para administração e resolução e de conflitos.

- Ambientar-se com as estratégias e princípios para gerenciar gerações desenvolvendo práticas sobre cultura do local de trabalho e retenção de talentos.
- Entender a contribuição da Psicologia Positiva para a gestão de talentos nas equipes multigeracionais e seus impactos na carreira profissional, aí incluída a relação da psicologia positiva e a prática de feedback.

## CONTEÚDOS

**MÓDULO 1** Talento e Perfil Geracional

**MÓDULO 2** Características culturais e comportamentais

**MÓDULO 3** Conflitos e desafios na Gestão de Talentos

**MÓDULO 4** Estratégias e Ferramentas de Gerenciamento

## AVALIAÇÃO

PROVA ESCRITA: PESO 40%

TRABALHOS EM EQUIPE: 60%

## APROVAÇÃO

NOTA MÍNIMA 7

FREQUENCIA MÍNIMA 75%

## BIBLIOGRAFIA

CHIAVENATO, I. Comportamento organizacional: A dinâmica do sucesso das organizações. 3. Ed. Barueri: Manole, 2014

CHIAVENATO, I. Gestão de Pessoas - O novo papel da gestão do talento humano. Barueri, Atlas, 2020.

GARBELINI, Viviane Maria Penteado. Negociação e Conflitos. Curitiba: Pearson, 2010.

GOLEMAN, D. Inteligência emocional: a teoria revolucionária que redefine o que é ser inteligente. Rio de Janeiro, RJ: Objetiva, 2007.

[https://assets.aarp.org/www.aarp.org/articles/money/employers/leading\\_multigenerational\\_workforce.pdf](https://assets.aarp.org/www.aarp.org/articles/money/employers/leading_multigenerational_workforce.pdf). Leading a Multigenerational Workforce. Acessado em 21-05-2021.

## NEGÓCIOS DISRUPTIVOS

### **NÚCLEO: STEP 1**

Rua da Penha, 1181 - CEP18010-004  
Centro Sorocaba SP - 15 30425000  
[www.athonedu.com.br](http://www.athonedu.com.br)

## **FORMAÇÃO: TODAS AS FORMAÇÕES**

**CARGA HORÁRIA: 24 horas**

**CRIAÇÃO/REVISÃO: 17/01/2022**

Líderes de empresas estagnadas e obsoletas costumam acreditar que o sucesso empresarial vem da sorte. Líderes de empresas de sucesso entendem que a prosperidade nada tem a ver com sorte, mas com a capacidade de olhar a realidade com olhos desapegados de paradigmas. Esses líderes visionários criam uma mentalidade de ruptura em seus liderados, que abraçam o inesperado.

Serão conhecidos os modelos de negócios disruptivos, as técnicas de “lateral Thinking” envolvendo a identificação e desenvolvimento de habilidades essenciais para o exercício da liderança visionária, com a finalidade de capitalizar as novas oportunidades e proteger a empresa contra a estagnação e a obsolescência.

- Entender o que significa negócios disruptivos.
- Desenvolver uma "mentalidade disruptiva": caracterizada pela criação, envolvimento e adaptação.
- Verificar o ambiente em busca de tendências, oportunidades e ameaças.
- Identificar tecnologias e outros fatores com potencial para causar interrupções.
- Aprofundar a compreensão do porquê certas empresas apresentam maior probabilidade de interrupção do funcionamento.
- Aplicar ferramentas para identificar e construir respostas ágeis à sobrevivência do negócio.
- Construir mentalidade disruptiva nas equipes.
- Preparar equipes para mudança.

## **COMPETÊNCIAS E HABILIDADES ESPECÍFICAS A DESENVOLVER**

Criatividade fortemente demandada, na atualidade.

Capacidade de solução problemas complexos, interagindo com as equipes e os demais interessados no endereçamento da oportunidade.

Pensamentos sistêmicos são essenciais para a visão abrangente do negócio.

Capacidade de empreender novos negócios

Raciocínio estratégico para gerar diferencial competitivo.

## **OBJETIVOS**

- A importância da inovação
- A formação dos negócios disruptivos para a sociedade e para a economia.
- Empresas e as pessoas precisam criar uma cultura de novos negócios para substituir os atuais produtos e serviços.



- Construir cenários futuros com exemplos da atualidade e que possam visualizar a importância da nova economia.
- Serão abordados Conceitos de Inovação e suas principais classificações.
- Métodos e a sistemática para a prática da Disrupção
- Aplicação da metodologia de Design Thinking

## CONTEÚDOS

**MÓDULO 1** Conceitos de Inovação.

**MÓDULO 2** Métodos para a Prática da Disrupção

**MÓDULO 3** Construção de Cenários Futuros

**MÓDULO 4** Aplicação do Design Thinking

## AVALIAÇÃO

PROVA ESCRITA: PESO 40%

TRABALHOS EM EQUIPE: 60%

## APROVAÇÃO

NOTA MÍNIMA 7

FREQUENCIA MÍNIMA 75%

## BIBLIOGRAFIA

CHRISTENSEN, C. M. O dilema da inovação: Quando as novas tecnologias levam empresas ao fracasso. M.Books: 2019

BROWN T. Design Thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Alta Books: 2020

RIES, Eric. A Startup Enxuta. Editora Sextante: 2019

## MENTORING PROJETO DE VIDA PESSOAL E PROFISSIONAL

**NÚCLEO: STEP 1**

**FORMAÇÃO: TODAS AS FORMAÇÕES**

**CARGA HORÁRIA: 24 horas**

**CRIAÇÃO/REVISÃO: 02/02/2022**

## CENÁRIO

A mentoria é um processo em que um profissional mais experiente auxilia com seus conselhos e orientações aos profissionais mais jovens no desenvolvimento de suas carreiras.

O processo de mentoria encurta o caminho dos jovens profissionais chamando atenção para o foco, projetos e metas.

Nesta disciplina será construído o projeto de vida pessoal e profissional da(o), em três etapas: preparação, entendimento e execução.

**Preparação** — reúne uma grande variedade de informações importantes (via entrevistas em profundidade e questionários com o participante) e de fontes dentro de sua organização.

O mentor trabalha com aluna(o) na seleção de um grupo-alvo de pessoas, dentro de sua organização, que podem fornecer informações importantes.

A equipe alvo depende, evidentemente, do problema específico que está a ser tratado, se relaciona com uma pequena unidade ou com a organização em grande escala.

Em seguida, o mentor seleciona uma amostra representativa do grupo-alvo e convida esses indivíduos a responderem questionários personalizados e altamente confidenciais.

Esses questionários abrangem planejamento e práticas, procedimentos, comunicações, clima de gestão e outros fatores relacionados a liderança e estratégia.

**Entendimento** — é uma análise cuidadosa de todos os dados gerados - para lhe dar uma imagem clara do seu modelo de gestão atual.

Após a conclusão das entrevistas, todos os questionários são processados, os padrões são identificados e os resultados são tabulados.

O mentor valida com aluna(o) os resultados da pesquisa. Dessa forma, os questionários fornecem a ampla base de dados, enquanto as entrevistas fornecem as interpretações necessárias e identificam áreas a serem trabalhadas.

Durante a segunda etapa do processo de avaliação, os dados brutos são traduzidos em “padrões de necessidade”.

A partir daí é hora de começar a entender o processo de liderança estratégica, identificar áreas de melhoria, ter “insights” e determinar algumas práticas para mudança de comportamento organizacional.

**Execução** — Pronto! Pode-se começar o programa de formação de liderança estratégica que detém metodologias que efetivamente contribuem para o desenvolvimento de tomadores de decisão e alinhamento estratégico.

Alunas(os) terão encontros com o seu mentor. Serão etapas recomendadas para preparar o participante para exercer a liderança estratégica, com o auxílio do diagnóstico de questionários e entrevistas realizadas.

Alguns dos resultados poderão surpreender alunas(os) e outros podem reforçar ideias já existentes.

Juntos, vão ser expostos novos caminhos para a formatação da estratégia da companhia e capacitar alunas(os) para fazer o alinhamento estratégico da equipe.

## **COMPETÊNCIAS E HABILIDADES ESPECÍFICAS A DESENVOLVER**

Atitude empreendedora, tomada de decisão, processo de negociação, comunicação interinstitucionais, pensar estrategicamente, visão sistêmica e interdisciplinar, postura Investigativa.

## **OBJETIVOS**

A partir da avaliação e alinhamento de: expectativas, competências e estratégias, o estudante deverá ser capaz de construir um plano de desenvolvimento de competências.

## **EMENTA**

Conceitos de Competências, Habilidades e Atitudes; Competências da liderança – Estabelecimento de objetivos; Informação e Feedback; Resolução de problemas e a tomada de decisão; Comunicação Interpessoal; Gestão de Conflitos e Negociação; Trabalho em equipe; O futuro do emprego; Carreira Profissional e desenvolvimento de competências; Construção do plano de desenvolvimento de competências

## **CONTEÚDOS**

**MÓDULO 1** Entendimento dos conceitos de competências, habilidades e atitudes.

**MÓDULO 2** Conhecimento e autoavaliação nas competências essenciais à liderança.

**MÓDULO 3** Carreira Profissional – Empregabilidade e Empresabilidade.

**MÓDULO 4** Futuro do Emprego.

**MÓDULO 5** Construção do plano de desenvolvimento de competências.

## **APROVAÇÃO**

Nota Mínima – 7

Frequência Mínima – 75% das aulas

## **AVALIAÇÃO**

AUTOAVALIAÇÃO: PESO 40%

PLANO DE DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIAS (INDIVIDUAL): 60%

## **BIBLIOGRAFIA**

DUTRA. Joel Souza, Gestão de Carreiras São Paulo: Editora Atlas, 2017

FACCINA, C. O Profissional competitivo: razão, emoções e sentimentos na gestão. Rio de Janeiro: Elsevier/Campus, 2006.

NEVES. José Gonçalves das, Simões, Eduardo e Garrido. Margarida Vaz, Manual de Competências. Lisboa. Ed. Silabo, 2015.

## **BRANDING E-BRANDING**

NÚCLEO: MARKETING

FORMAÇÃO: MARKETING STEP 2

DISCIPLINA: BRANDING E-BRANDING

CARGA HORÁRIA: 24

CRIAÇÃO/REVISÃO: 01.02.2022

COMPETÊNCIAS E HABILIDADES ESPECÍFICAS A DESENVOLVER NA DISCIPLINA

Visão estratégica de branding; raciocínio lógico, crítico e analítico, pensar estrategicamente.

## **OBJETIVOS**

Estudantes deverão conhecer o que é branding e e-branding; identificar as ferramentas para gestão da marca em marketing digital; conhecer estratégias de posicionamento da marca; construir o propósito da marca para geração de valor

## EMENTA

Marca: definição, histórico e importância. Conceito de branding, e-branding; Brand Equity, valor agregado. Desafios do branding e e-branding, fidelização x cultura do cancelamento; Brand Value, Conceito Kantar de Brand Value; Construção de Marca; Pirâmide de Brand Equity; Arquitetura de Marca, arquitetura de marca no ambiente digital; Identidade de Marca, Posicionamento e Propósito. Estratégias e Elementos de Construção de Marca no Ambiente Digital.

## CONTEÚDOS

MÓDULO 1 – Marca – Histórico e Conceitos centrais  
MÓDULO 2 – Branding e E-Branding– conceitos e estratégias  
MÓDULO 3 – Arquitetura de Marca  
MÓDULO 4 – Propósito e Posicionamento

## AVALIAÇÃO

PROVA ESCRITA: PESO 40%  
TRABALHOS EM EQUIPE: 60%

## APROVAÇÃO

NOTA MÍNIMA 7  
FREQUENCIA MÍNIMA 75%

## BIBLIOGRAFIA

AACKER, David. **On Branding: 20 Princípios que Decidem o Sucesso das Marcas.**

Porto Alegre: Bookman, 2015

MACHADO, Marcos. KELLER, Kevin. **Gestão Estratégica de Marcas.** São Paulo: Person, 2005

SINEK, Simon. **Comece pelo porquê: Como grandes líderes inspiram pessoas e equipes a agir.** Rio de Janeiro: Editora Sextante, 2018.

## ANTROPOLOGIA DO CONSUMO

NÚCLEO: MARKETING - MKT

FORMAÇÃO: MARKETING STEP 2

CARGA HORÁRIA: 24

CRIAÇÃO/REVISÃO: 15.02.2022

## COMPETÊNCIAS E HABILIDADES ESPECÍFICAS A DESENVOLVER NA DISCIPLINA

Visão de gestão estratégica, pensar interdisciplinar e trans disciplinarmente, pensar complexo, tomada de decisão, análises e reflexões críticas e pensar estrategicamente.

## OBJETIVOS

Ao final da disciplina, os participantes deverão ser capazes de compreender profundamente a influência da antropologia na constituição da sociedade moderna. Quais são as principais tendências e como elas impactam de maneira diferentes grupos diferentes inseridos na sociedade. Do ponto de vista estratégico, os participantes deverão desenvolver as habilidades necessárias para empregar as técnicas de pesquisa e o entendimento do comportamento do consumidor para desenvolver estratégias mais apuradas e assertivas.

## EMENTA

Através dos apontamentos da Antropologia e dos estudos Etnográficos a disciplina tem o objetivo de explicar de forma abrangente o comportamento do consumidor moderno. Passando pelas principais aplicações e características dos estudos etnográficos, inclusive no ambiente digital, os conceitos antropológicos são apresentados dentro do que compõe o *mindset* do consumidor e como são processados os estímulos. Ao final todos os conceitos são aplicados à Jornada do Consumidor.

## CONTEÚDOS

MÓDULO 1 – O que é Antropologia?

MÓDULO 2 – Antropologia aplicada ao consumo

MÓDULO 3 – Comunidades Digitais

MÓDULO 4 – Antropologia e o Comportamento do Consumidor

MÓDULO 5 – Jornada do Consumidor

## AVALIAÇÃO

PROVA ESCRITA: PESO 40%

TRABALHOS EM EQUIPE: 60%

## APROVAÇÃO

NOTA MÍNIMA 7  
FREQUENCIA MÍNIMA 75%

## BIBLIOGRAFIA

Solomon, Michael R. O comportamento do Consumidor: comprando, consumindo e sendo. Porto Alegre. Bookman: 2011

Underhill, Paco. Vamos às compras! a ciência do consumo nos mercados Globais. Rio de Janeiro. Elsevier: 2009

Miller, Geoffrey. Darwin vai às compras: sexo, evolução e consumo. Rio de Janeiro. Best Seller: 2012

Camargo, Pedro Celso Julião de. Neuro marketing: a nova pesquisa de comportamento do consumidor. São Paulo. Atlas: 2013

## COMUNICAÇÃO INTEGRADA ON & OFF

NÚCLEO: MARKETING – MKT

FORMAÇÃO: MARKETING STEP 2

DISCIPLINA: COMUNICAÇÃO INTEGRADA ON & OFF

CARGA HORÁRIA: 15

CRIAÇÃO/REVISÃO: 01.06.2022

COMPETÊNCIAS E HABILIDADES ESPECÍFICAS A DESENVOLVER NA DISCIPLINA

Visão de gestão estratégica, pensar interdisciplinar e trans disciplinarmente, pensar complexo, tomada de decisão, análises e reflexões críticas, raciocínio lógico, crítico e analítico e pensar estrategicamente.

## OBJETIVOS

Ao final da disciplina, os alunos deverão ter amplo conhecimento para desenvolver um plano de comunicação integrada On&Off, compreendendo a importância da fase de diagnóstico, planejamento, criação e definição de tom e voz da marca com aplicação nas diferentes plataformas de comunicação atuais do mercado.

## EMENTA

Rua da Penha, 1181 - CEP18010-004  
Centro Sorocaba SP - 15 30425000  
[www.athonedu.com.br](http://www.athonedu.com.br)

- Plano de comunicação integrada
- Teoria da comunicação
- Emissor – canal – mensagem – receptor
- Conceito Customer Centric
- 4 características da comunicação integrada de marketing
  - Consistência | Coerência | Continuidade | Complementaridade
- Cases de sucesso e “insucesso”
- 3 Benefícios da comunicação integrada de marketing
  - Fortalecer identidade da marca | Comunicação eficiente | Ganho de escala
- Ferramentas Offline da CIM
- Ferramentas Online da CIM
- Estratégia Omnichannel
- Tom da Comunicação
- Pontos de contato com a marca
- Tom de voz da empresa
- A diferença entre: Tom e Voz

## CONTEÚDOS

MÓDULO A – Comunicação Integrada de Marketing (CIM).

MÓDULO B – Ferramentas da Comunicação Integrada de Marketing.

MÓDULO C – Pontos de Contato com a Marca.

## AVALIAÇÃO

PROVA ESCRITA: PESO 40%

TRABALHOS EM EQUIPE: 60%

## APROVAÇÃO

NOTA MÍNIMA 7

FREQUENCIA MÍNIMA 75%

## BIBLIOGRAFIA

FERRARI, Flávio. Planejamento e Atendimento: a arte do Guerreiro. São Paulo: Loyola, 1998.

KOTLER, Philip. Administração de marketing, São Paulo: Pearson Prentice-Hall, 2006.

LUPETTI, Marcelia. Planejamento de Comunicação. São Paulo: Futura, 2000.



RIES, AI. A queda da propaganda: da mídia paga à mídia espontânea, Rio de Janeiro: Campus, 2002.

Portais web:

- E-commerce UOL
- Neil Patel
- Meio e mensagem
- Mentores
- Buzzmonitor
- Technoblog

MIX DE MARKETING BASEADO EM VALOR

NÚCLEO: MARKETING - MKT

FORMAÇÃO: GESTÃO MARKETING

CARGA HORÁRIA: 24

CRIAÇÃO/REVISÃO: 01.06.2022

COMPETÊNCIAS E HABILIDADES ESPECÍFICAS A DESENVOLVER NA DISCIPLINA

Entender os princípios básicos de uma gestão tática de marketing e utilizar as ferramentas adequadas de gestão do composto mercadológico (produtos, preços, comunicação e distribuição) na solução de problemas e aproveitamento de oportunidades de marketing nas organizações. Ao final da disciplina, os participantes deverão ser capazes de resgatar e aplicar conhecimentos e habilidades adquiridos nas disciplinas de marketing e outras áreas para usá-los de maneira integrada com o que o conteúdo desta disciplina.

OBJETIVOS

Compreender e considerar os impactos da gestão tática de marketing não só na empresa e nos consumidores, mas também na sociedade em sentido amplo.

EMENTA

Para que a empresa alcance e mantenha sucesso no mercado é imprescindível que os gestores compreendam o conceito de composto de marketing.

Trata-se do mix de marketing, os 4Ps que constituem a dimensão tática do marketing e visam concretizar o posicionamento junto ao segmento alvo.

A fim de proporcionar conhecimentos e habilidades sobre cada uma das etapas do composto, numa perspectiva integrada e atual de Produto, Preço, Distribuição e

Comunicação, esta disciplina aborda as relações entre a dimensão estratégia do marketing e os 4Ps e, por sua vez, destes com a satisfação do consumidor, a percepção de valor e a retenção dos clientes.

## CONTEÚDOS

MÓDULO 1 – Processo de marketing; composição do mix de marketing.

MÓDULO 2 – Plano de Marketing: lógica e etapas do plano e relação com o processo de marketing.

MÓDULO 3 – Produtos: características e classificação dos produtos, design, embalagem; a natureza dos serviços; gerenciamento do processo de desenvolvimento de novos produtos (da geração de ideias ao conceito). Marcas: relação entre marcas e produtos, definição e elementos, *brand equity*.

MÓDULO 4 – Comunicação Integrada de Marketing: função, definição sobre o mix de comunicação; propaganda, promoção de vendas, eventos e experiências, relações públicas, marketing direto, vendas pessoais.

MÓDULO 5 – Canais de Marketing: papel dos canais, integração, conflito de canais, varejo, atacado e logística.

MÓDULO 6 – Preços: processo de determinação de preços; adequação do preço.

## AVALIAÇÃO

PROVA ESCRITA: PESO 40%

TRABALHOS EM EQUIPE: 60%

## APROVAÇÃO

NOTA MÍNIMA 7

FREQUENCIA MÍNIMA 75%

## BIBLIOGRAFIA

CHURCHILL JR., G.A.; PETER, J.P. Marketing, criando valor para os clientes. São Paulo, Editora Saraiva, 2012.

COBRA, M.; URDAN, A.T. Marketing básico. São Paulo, Editora Atlas, 2017.

CROCCO, R. et al. Fundamentos de Marketing: Conceitos básicos, Saraiva, 2009.

KOTLER, P.; KELLER, K.L. Administração de Marketing. Editora  
PREÇO DO PONTO DE VISTA DO CLIENTE - PVC

## PREÇO DO PONTO DE VISTA DO CLIENTE

NÚCLEO: MARKETING - MKT

FORMAÇÃO: GESTÃO DE MARKETING - GDM

CARGA HORÁRIA: 24

CRIAÇÃO/REVISÃO: 25.04.2022

## COMPETÊNCIAS E HABILIDADES ESPECÍFICAS A DESENVOLVER NA DISCIPLINA

Conhecer as etapas da composição de custo, adquirindo conhecimentos sobre o mercado, consumidores, concorrência e suas formas de análise.

Propor a reflexão sobre estratégias de precificação no desenvolvimento da experimentação da criação de estratégias de marketing voltadas à composição de custo; criar discussões sobre o valor dos produtos e serviços através de várias técnicas de custeio, valorizando os princípios do marketing estratégico na análise e consciência crítica quanto à própria produção de marketing. Ser receptivo aos novos conhecimentos e métodos de composição de custo.

## OBJETIVOS

Os estudantes deverão conhecer a importância da estratégia de formação de preço e a percepção de valor com base no estudo do comportamento dos consumidores e sua relação no consumo de produtos, serviços ou a combinação de ambos.

Serem capazes de compreender que as organizações são dependentes de ambientes externos no qual vivemos uma era de incertezas e turbulências, caracterizada por mudanças profundas que nos obrigam a estudar e pesquisar novos caminhos – novas técnicas, procedimentos onde os empreendimentos devem ser geridos de forma que seja entendido que o todo não é a mera soma das partes, mas uma interação delas que se influenciam reciprocamente e agem de forma harmônica e integrada.

## EMENTA

Estudo dos fundamentos, das experiências e dos conhecimentos acumulados a respeito das atividades ligadas as técnicas de apuração de custo e da formação de preço. Compreensão da concepção de formação de preço na realidade socioeconômica brasileira. Desenvolvimento das habilidades para gestão estratégica de preços.

## CONTEÚDOS

MÓDULO 1 – Introdução, contexto e paradigmas de negócios na atualidade

MÓDULO 2 – Aspectos estratégicos e mercadológicos do preço  
MÓDULO 3 – Novos mercados e necessidades  
MÓDULO 4 – Definição de preços, custos e despesas  
MÓDULO 5 – Preços no comércio eletrônico  
MÓDULO 6 – Plano de negócios

## AVALIAÇÃO

PROVA ESCRITA: PESO 40%  
TRABALHOS EM EQUIPE: 60%

## APROVAÇÃO

NOTA MÍNIMA 7  
FREQUENCIA MÍNIMA 75%

## BIBLIOGRAFIA

Magretta, Joan. Entendendo Michael Porter: o guia essencial da competição e estratégia. Rio de Janeiro: Alta Books, 2018.

Bernardi, Luiz Antonio Formação de preços: estratégias, custos e resultados. 5Ed. – São Paulo: Atlas, 2017.

Kotler Philip, Armstrong Gary Princípios de marketing. 15Ed São Paulo. Pearson: 2015.

Meyer, Christopher A empresa adaptável. HSM - Educação Executiva, 2021

Parte 1 [https://experience.hsm.com.br/posts/a-empresa-adaptavel-sessao-i-de-ii?utm\\_medium=search&utm\\_term=pre%C3%A7o](https://experience.hsm.com.br/posts/a-empresa-adaptavel-sessao-i-de-ii?utm_medium=search&utm_term=pre%C3%A7o)

Parte 2 [https://experience.hsm.com.br/posts/a-empresa-adaptavel-sessao-ii-de-ii?utm\\_medium=search&utm\\_term=A+empresa+adapt%C3%A1vel](https://experience.hsm.com.br/posts/a-empresa-adaptavel-sessao-ii-de-ii?utm_medium=search&utm_term=A+empresa+adapt%C3%A1vel)

## ESTRATÉGIAS DE CRM E SCM DIRIGIDAS AO MERCADO

### **NÚCLEO: MARKETING**

### **FORMAÇÃO: GESTÃO DE MARKETING - GDM**

**CARGA HORÁRIA: 24 HORAS**

**CRIAÇÃO/REVISÃO: 01.05.2022**

## **COMPETÊNCIAS E HABILIDADES ESPECÍFICAS A DESENVOLVER NA DISCIPLINA**

Visão de gestão estratégica de CRM (*Customer Relationship Management*) e SCM (*Supply Chain Management*), pensar interdisciplinar fazendo conexões sobre os processos, tomada de decisão, raciocínios analíticos e pensar estrategicamente.

## **OBJETIVOS**

Ao final da disciplina, os participantes deverão estabelecer as relações entre CRM e SCM na administração de um negócio; entender a importância da estratégia de CRM (*Customer Relationship Management*) e SCM (*Supply Chain Management*) e a aplicação de suas ferramentas na gestão empresarial; conhecer os benefícios de uma gestão voltada para o consumidor como protagonista (*Customer Centric e Efficient Consumer Response*); definir o gerenciamento de clientes *Key Account Management*; identificar métodos de Previsão de Demanda e discussão sobre a importância do olhar para tendências e futuro como influência na direção dos negócios da empresa.

## **EMENTA**

CRM (*Customer Relationship Management*) & SCM (*Supply Chain Management*) como se integram. Conceito de Customer Centric e ECR (*Efficient Customer Response*). O que é CRM, objetivos, benefícios e ferramentas aplicadas. Gerenciamento de Clientes KAM (*Key Account Management*). Sistema de CRM e suas aplicações na Automação de Marketing. O que é SCM, como funciona, sua importância e objetivos. Como implementar uma Cadeia de Suprimentos. Processo de Previsão de Demanda e Tendências do Futuro.

## **CONTEÚDOS**

MÓDULO 1 – Como CRM & SCM se integram, Cliente como Protagonista – Customer Centric, ECR (*Efficient Consumer Response*) e Key Account Management (KAM)

MÓDULO 2 – CRM: Origem, Benefícios, Ferramentas e Aplicações, Sistemas de Automação

MÓDULO 3 – SCM: O que é, Como Funciona, Importância e Objetivos

MÓDULO 4 – SCM: Como Implementar, Processo de Previsão de Demanda e Tendência de Futuro

## **AValiação**

PROVA ESCRITA: PESO 40%

TRABALHOS EM EQUIPE: 60%

## APROVAÇÃO

NOTA MÍNIMA 7  
FREQUENCIA MÍNIMA 75%

## BIBLIOGRAFIA

Porter, Michael. Estratégia Competitiva, Técnicas para Análise de Indústrias e da Concorrência / Michael E. Porter– 2. ed. – Rio de Janeiro. Elsevier, 2004.

Kotler, Philip. Administração de Marketing / Philip Kotler, Kevin Lane Keller – 15. ed. – São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2018.

Chopra, Sunil. Gestão da Cadeia de Suprimentos, Planejamento e Operações / Sunil Chopra, Peter Meindl – 4. ed – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

## RESULTS LABORATORY

NÚCLEO: TODOS

FORMAÇÃO: TODAS

DISCIPLINA: RESULTS LABORATORY

CARGA HORÁRIA: 24

CRIAÇÃO/APROVAÇÃO PELA DIREÇÃO GERAL: **13.07.2022**

## COMPETÊNCIAS E HABILIDADES ESPECÍFICAS A DESENVOLVER NA DISCIPLINA

Empreender ou inovar com base no exercício da liderança criativa e inspiradora, atuando em equipe, robustecendo a habilidade de alterar cenários, lastreado nos conhecimentos obtidos, exercitando a capacidade de interpretação dos sinais vitais de negócio, por meio de avaliações e desenvolvimento de análises, com a finalidade de implementação da oportunidade estudada, em caso de viabilidade, ou compreendendo as razões de eventual inviabilidade, evitando, com isto, dispêndios desnecessários da sociedade empresarial.

## OBJETIVOS

Endereçar uma oportunidade, no mundo dos negócios, pertinente à formação selecionada, no MBA Executivo Athon, em organizações existentes ou a empreender, evidenciando o aprendizado durante o curso, aplicando os conhecimentos obtidos em estudo de viabilidade ou não do tema objeto da produção literária.

## EMENTA

Os estudos seguem um roteiro específico, padronizado, para todas as formações do MBA Executivo Athon, onde docentes orientadores orientam os discentes no desenvolvimento dos estudos, seguindo o roteiro estabelecido.

A customização de cada tópico do roteiro se dá por meio da aplicação de critérios e características específicas das formações, quer sejam termos técnicos, indicadores essenciais para o estudo, avaliações específicas que cada formação demanda, de forma que o desenvolvimento do tópico se alinhe ao conteúdo programático de cada disciplina e formação envolvida.

Os tópicos do roteiro a serem desenvolvidos diferem significativamente de atuação em perguntas e respostas, daí o desenvolvimento necessário para a composição de um raciocínio lógico, encadeando todos os tópicos de forma que a produção literária tenha o contexto e conteúdo capacitando o entendimento e encadeamento do estudo de forma coesa, sequenciando os tópicos, produzindo um relatório consistente.

Os resultados podem ensejar a implementação do que for estudado, ou a recomendação para não o fazer.

Em ambas as situações o estudo é plenamente válido e aceito, cabendo a finalização aplicável a cada caso, onde a recomendação ensejará os planos de implementação do tema estudado, com os critérios pertinentes.

A não recomendação é seguida de justificativa, consideradas as variáveis existentes; isto porque caso haja, em algum momento, alteração de variáveis consideradas, no estudo, poderá ser conduzida uma nova avaliação à luz do que mudou.

Em caso de insuficiência na avaliação, o estudo não seguirá para apresentação oral, em banca, gerando dependência, na disciplina.

A insuficiência, aqui mencionada, refere-se ao conteúdo e qualidade do desenvolvimento dos estudos, independente do resultado de viabilidade ou não a que as análises conduzirão.

Os arquivos finais, em \*pdf, serão disponibilizados a professoras(es) para avaliação final, até o primeiro sábado após o encerramento da disciplina Results Laboratory.

Caberá ao discente orientador, convidar um(a) discente, da Athon Ensino Superior para acompanhá-lo, na banca examinadora, no segundo sábado, após o encerramento da disciplina.

A produção literária será estruturada e desenvolvida nos termos do roteiro a seguir.

**MBA EXECUTIVO ATHON - RESULTS LABORATORY - ROTEIRO**

<b>ABERTURA</b>
<b>CAPA</b>
<b>SUMÁRIO EXECUTIVO</b>
<b>REFERENCIAL TEÓRICO</b>

<b>OBJETO DO ESTUDO</b>	
<b>EMPRESA EXISTENTE - INFORMAÇÕES</b>	<b>STARTUP - INFORMAÇÕES</b>
<p>Apresentação</p> <p>Declarações Institucionais</p> <p>Localização</p> <p>Atividade Principal</p> <p>Segmento Econômico Em Que Atua.</p> <p>TOP 3 Produtos Fabricados</p> <p>TOP 3 Serviços Prestados</p> <p>Tempo de Atuação No Mercado</p> <p>Top 3 Competidores</p>	<p>Construir</p> <p>Elaborar</p> <p>Sugerir</p> <p>Atividade Principal</p> <p>Pretende Atuar</p> <p>TOP 3 Produtos Que Pretende Fabricar</p> <p>TOP 3 Serviços Que Pretende Prestar</p> <p>Quando Pretende Iniciar</p> <p>Top 3 Competidores</p>

<b>OPORTUNIDADE A SER ESTUDADA</b>	
<b>EMPRESA EXISTENTE - OPORTUNIDADE PERCEBIDA</b>	<b>STARTUP - OPORTUNIDADE PERCEBIDA</b>
<p>Informar o departamento da empresa onde se localiza a oportunidade.</p> <p>Detalhar a oportunidade que deseja estudar.</p> <p>Descrever indicadores, ou fato gerador, que justifiquem o estudo.</p> <p>Conduzir análise SWOT da organização, antes das mudanças.</p> <p>Detalhar a recomendação para endereçar a oportunidade.</p> <p>Havendo alternativas, identificá-las e avaliá-las e selecionar a viável.</p>	<p>Informar o que oportuniza a Startup.</p> <p>Detalhar a oportunidade que deseja estudar.</p> <p>Descrever indicadores, ou fato gerador, que justifiquem o estudo.</p> <p>Conduzir análise SWOT no estado de início do negócio.</p> <p>Detalhar a recomendação para endereçar a oportunidade.</p> <p>Havendo alternativas, identificá-las e avaliá-las e selecionar a viável.</p>

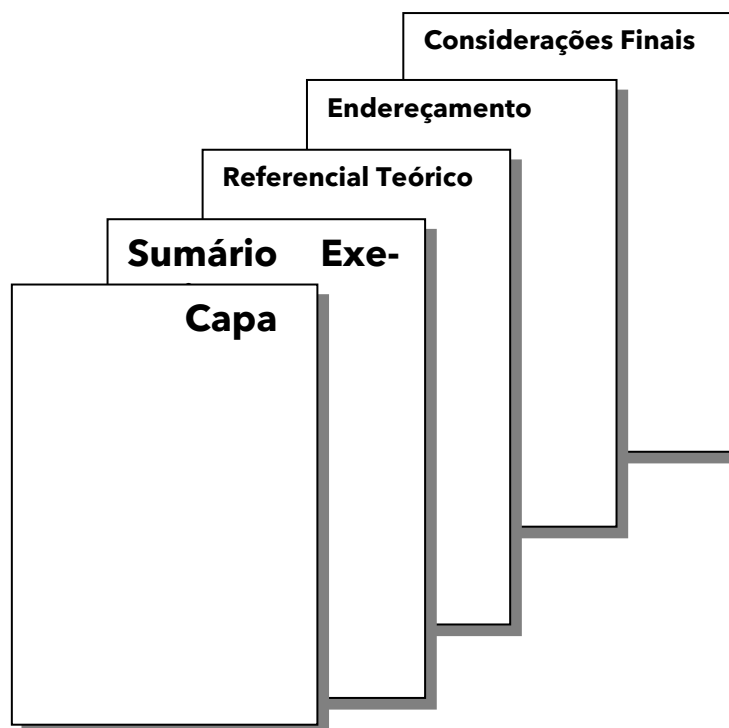
<b>ESTUDO DE VIABILIDADE</b>	
<b>EMPRESA EXISTENTE - ANÁLISE DA RECOMENDAÇÃO</b>	<b>STARTUP ANÁLISE DA RECOMENDAÇÃO</b>
<p>Ilustrar as metas a serem alcançadas com a recomendação.</p> <p>Especificar os benefícios que a recomendação trará para o negócio.</p> <p>Detalhar as áreas do negócio beneficiadas pela recomendação.</p> <p>Indicar a expectativa futura de posicionamento, no mercado.</p> <p>Avaliar a recomendação sugerida.</p> <p>Detalhar os indicadores de desempenho pós recomendação.</p>	<p>Ilustrar as metas a serem alcançadas na Startup.</p> <p>Explicar os benefícios que a Startup trará para o mercado.</p> <p>Detalhar os segmentos de mercado beneficiados com a Start-IP.</p> <p>Indicar a expectativa de posicionamento da Startup, no mercado.</p> <p>Avaliar a recomendação sugerida.</p> <p>Detalhar os indicadores de desempenho pós recomendação.</p>

<b>PROPOSTA DE IMPLEMENTAÇÃO</b>	
<b>EMPRESA EXISTENTE - DETALHAMENTO</b>	<b>STARTUP DETALHAMENTO</b>
<p>Descrever a viabilidade, ou não, abordando como e porque.</p> <p>Indicar o plano de investimentos e seu cronograma.</p> <p>Citar qual área do negócio conduzirá o projeto de implantação.</p> <p>Ilustrar passo a passo como a recomendação será implementada.</p>	<p>Descrever a viabilidade, ou não, abordando como e porque.</p> <p>Indicar o plano de investimentos e seu cronograma.</p> <p>Ilustrar passo a passo como a recomendação será implementada.</p>

<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>
<p>Elaborar as recomendações à empresa, bom base no estudo de viabilidade.</p>



## APRESENTAÇÃO



### CAPA

Conterá o Nome da Escola, **FACULDADE ESAMC SOROCABA - ATHON ENSINO SUPERIOR** das (os) alunas (os) Título do Plano, o curso pertinente, o mês e ano de elaboração.

### SUMÁRIO EXECUTIVO

Embora esteja localizado logo no início, o sumário executivo é a última etapa do estudo, que tratará do seu resumo para guiar o leitor.

Trata-se de apresentação resumida das principais informações constantes do estudo, com foco na abordagem principal que o plano dará sobre as atividades ou negócio, bem como os aspectos mais importantes a serem observados, os objetivos da inovação, ou das melhorias, as estratégias gerais e os resultados esperados a partir da implementação efetiva do plano.

Um sumário executivo informa, essencialmente: o que, quando, como, onde, porque, qual é o investimento, a área de atuação e o retorno.

O ideal é que o sumário executivo tenha uma lauda, em uma página, portanto, o exercício da capacidade de síntese e objetividade serão essenciais, como devem ser construídos, no mundo dos negócios.

## REFERENCIAL TEÓRICO

Na análise da oportunidade estudada alguns conceitos e/ou pensamentos de autores nortearam o desenvolvimento do tema, daí destacar os mais contributivos.

O referencial teórico será escrito em uma lauda, em uma página, exercendo a capacidade de síntese.

As fontes a serem consultadas abrangem, mas não se limitam a todos os livros básicos indicados em cada disciplina, bem como todo o material adicional, apostilas, artigos, revistas, publicações eletrônicas, jornais, sítios da internet, blogs, resultados de entrevistas, entre as principais.

Deve-se tomar o cuidado de evitar que as referências bibliográficas se constituam, unicamente em conceitos obtidos pelas consultas à internet.

Transcrições indevidas, sem dar crédito à fonte, constituem fator de anulação do estudo.

Sítios como Wikipédia e Ebah, devem ser excluídos das pesquisas, devido a inexistência de crédito à fonte das informações lá disponíveis.

## DIGITAÇÃO DAS PRODUÇÕES LITERÁRIAS

Produção literária digitada, na cor preta, em espaço de entrelinhas de um e meio (1,5) ocupando o verso e anverso da página, no formato A4 (21 cm x 29,7 cm), que permita a impressão e leitura, por meio de fonte tamanho 12, para o texto.

Recomenda-se a utilização da fonte “Arial” ou “Times New Roman”.

Tipos itálicos são usados para nomes científicos e expressões estrangeiras.

As expressões estrangeiras podem também ser digitadas entre aspas.

Na digitação, optar por um ou outro estilo, sem utilizar ambos, nos textos.

### **Margens do Documento:**

As margens devem permitir encadernação e reprodução corretas.

- Margem esquerda: 3,0 cm                      Margem direita: 2,0 cm
- Margem superior: 3,0 cm                      Margem inferior: 2,0 cm

Numeração das páginas do Documento (Paginação):

As páginas são contadas sequencialmente a partir da Capa e numeradas a partir do Sumário Executivo, em algarismos arábicos, posicionados no canto superior direito, sem traços, pontos ou parênteses.

## APRESENTAÇÃO ORAL

As bancas serão agendadas para sábados à tarde, com início às 13:30h, com prazo de 15 dias para a apresentação, podendo se estender a 21 dias, caso o calendário acadêmico contemple feriados, ou pontes, neste período.

Os estudos serão apresentados para uma banca examinadora composta de dois docentes, onde a(o) Orientador(a) preside a sessão e a(o) segunda(o) docente a(o) acompanha, com a missão de contribuir para o aprimoramento do estudo.

Os professores(as) orientadores(as) ao convidar a(o) Professor(a) atuante na Athon Ensino Superior, para compor a banca, no momento do convite, orientarão o(a) convidado(a) para a estrutura redacional do estudo, com visão empresarial, diferente do que ocorre com trabalhos de conclusão de curso, na graduação, onde todo o conjunto normativo da ABNT é demandado.

Cada equipe terá até 30 minutos para apresentar o estudo.

O limite de tempo é de 50 minutos para cada equipe, contados do início da fala ao encerramento aí incluída a informação da nota.

O intervalo entre o início da apresentação de uma equipe e outra será de até dez minutos.

A nota de avaliação será tratada pelos avaliadores, em ambiente separado.

Caberá a(o) Presidente preencher a ATA da Apresentação, com a nota atribuída, assinando-a, juntamente com a(o) discente convidado.

## ENTREGA FÍSICA

Encerrada a apresentação em banca, tendo o estudo aprovado, será o momento de providenciar a impressão em capa dura, entregando na Secretaria do MBA, uma via do estudo, sob protocolo, em até 30 dias da apresentação em banca.

Eventuais recomendações da banca examinadora, aprovadas pelo Orientador(a) serão inseridas no texto.



Após registrado internamente, o estudo estará disponível para consulta na Biblioteca da Athon Ensino Superior.

Se houver impedimento, será necessário formalizar pedido à CAA-MBA, que o encaminhará, diretamente para arquivo específico.

A capa dura atenderá às seguintes especificações de cores:

**Padrão de Cores Capa Dura: Preta**

- Código RGB 45 41 38
- Hexadecimal 2D2926
- CMYK: (65,66,68,82)

**Letras da capa: cor dourada**

- Código RGB: (255,215,0)
- Hexadecimal: #FFD700
- CMYK: (0,16,100,0)

**ENTREGA DIGITALIZADA**

Além da entrega física, ocorrerá a entrega digitalizada, a ser enviada para [sec.mba@athonedu.com.br](mailto:sec.mba@athonedu.com.br); em arquivo PDF, a fim de que seja inserida na pasta da(o) discente.