

MATRIZ CURRICULAR CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

1º PERÍODO	CR	H/A 50 min	C/H 60 min	PRESENCIAL	MODALIDADE EAD	PRÁTICAS EXTENSIONISTAS
1. Contabilidade Introdutória I	4	80	67	34	33	
2. Teoria Geral da Administração	4	80	67	34	33	
3. Instituição de Direito. Público e Privado	4	80	67	34	33	
4. Economia	4	80	67	34	33	
5. Métodos e Téc.de Pesquisa Científica	4	80	67	34	33	
6. Práticas Extensionista I (Cesta Básica)	2		40			40
AACC			10	10		
TOTAL	22	360	385	180	165	40
2º PERÍODO	CR	H/A 50 min	C/H 60 min	PRESENCIAL	MODALIDADE EAD	PRÁTICAS EXTENSIONISTAS
7. Contabilidade Introdutória II	4	80	67	34	33	
8. Ciências Sociais Aplicadas	4	80	67	34	33	
9. Comunicação Empresarial	4	80	67	34	33	
10. Matemática Financeira	4	80	67	34	33	
11. Teoria das organizações	4	80	67	34	33	
12. Práticas Extensionista II (Recrutamento)	2		40			40
AACC			10	10		
TOTAL	22	400	385	180	165	40
3º PERÍODO	CR	H/A 50 min	C/H 60 min	PRESENCIAL	MODALIDADE EAD	PRÁTICAS EXTENSIONISTAS
13. Estatística	4	80	67	34	33	
14. Tecnologia da Inform. e Com. (TIC's)	4	80	67	34	33	
15. Direito Trabalhista e Previdenciário	4	80	67	34	33	

16. Contabilidade Intermediária I	4	80	67	34	33	
17. Administração Financeira	4	80	67	34	33	
Práticas Extensionista III (Direito vai a Comunidade)	2		40			40
AACC			10	10		
TOTAL	22	400	385	180	165	40
4º PERÍODO	CR	H/A 50 min	C/H 60 min	PRESENCIAL	MODALIDADE EAD	PRÁTICAS EXTENSIONISTAS
18. Orçamento Empresarial	4	80	67	34	33	
19. Empreendedorismo e Marketing	4	80	67	34	33	
20. Métodos Quantitativos	4	80	67	34	33	
21. Direito Empresarial	4	80	67	34	33	
22. Contabilidade Intermediária II	4	80	67	34	33	
Práticas Extensionista IV (Feira de Mkt)	2		40			40
AACC			10	10		
TOTAL	22	400	385	180	165	40
5º PERÍODO	CR	H/A 50 min	C/H 60 min	PRESENCIAL	MODALIDADE EAD	PRÁTICAS EXTENSIONISTAS
23. Marketing Digital e Novas Mídias	4	80	67	34	33	
24. Gestão de Talentos Humanos I	4	80	67	34	33	
25. Administração de Recursos Materiais e Patrimoniais	4	80	67	34	33	
26. Administração da Produção	4	80	67	34	33	
27. Gestão do Desenvolvimento Sustentável nas Organizações	4	80	67	34	33	

Práticas Extensionista V (Feira de Mkt)	2		40			40
AACC			10	10		
TOTAL	21	400	385	180	165	40
6º PERÍODO	CR	H/A 50 min	C/H 60 min	PRESENCIAL	MODALIDAD E EAD	PRÁTICAS EXTENSIONISTAS
28.Liderança e Desenvolvimento de Competências	4	80	67	34	33	
29.Logística e Gerenc. De Suprimentos	4	80	67	34	33	
30.Gestão da Qualidade	4	80	67	34	33	
31.Gestão de Talentos Humanos II	4	80	67	34	33	
32.Práticas Extensionistas VI (Plano Negócio)	6	120	107	34	33	40
AACC			10	10		
TOTAL	22	440	385	180	165	40
7º PERÍODO	CR	H/A 50 min	C/H 60 min	PRESENCIAL	MODALIDAD E EAD	PRÁTICAS EXTENSIONISTAS
33.Planejamento Estratégico	4	80	67	34	33	
34.Elaboração e Gerência de Projetos	4	80	67	34	33	
35.Orientação do TC I	4	80	67	34	33	
36.Sistema de Informação Gerencial	4	80	67	34	33	
37.Práticas Extensionistas V II (departamentalização)	6	120	107	34	33	40
AACC			10	10		
TOTAL	22	440	385	180	165	40
8º PERÍODO	CR	H/A	C/H	PRESENCIAL	MODALIDAD E	PRÁTICAS EXTENSIONISTAS

		50 min	60 min		EAD	
38. Administração de Micro e Pequenas Empresa	4	80	67	34	33	
39. Inglês Instrumental	4	80	67	34	33	
40. Orientação do TC II	4	80	67	34	33	
41. Optativa	4	80	67	34	33	
42. Práticas Extensionistas VIII (Criar produto)	6	120	107	34	33	40
AACC			10	10		
TOTAL	22	440	385	180	165	40
	CR	H/A 50 min	C/H 60 min	PRESENCIAL	MODALIDAD E EAD	PRÁTICAS EXTENSIONISTAS
	176	3.280	3.080	1.440	1.320	320

Considerando a necessidade do oferecimento de disciplinas optativas no curso, de modo a atender o princípio fundamental que rege as características básicas desta modalidade de disciplina, ou seja, opção para os alunos e baseando-se também nos princípios da flexibilidade curricular, define-se na relação abaixo como diretrizes as seguintes disciplinas optativas no curso:

DISCIPLINAS OPTATIVAS*		
DISCIPLINA	CR	H / R
Administração de Vendas	04	67
Desafios Contemporâneos e Inovação na Gestão Pública	04	67
Direito Tributário	04	67
Ética, Governança e Transparência	04	67
Gestão de Transportes	04	67
Governança Corporativa	04	67
Língua Brasileira de Sinais – Libras	04	67
Jogos Empresariais	04	67
Perícia Contábil e Arbitragem	04	67
DISCIPLINAS OPTATIVAS	04	67

Resumo dos componentes curriculares e período de integralização

RESUMO DO CURSO	
DESCRIÇÃO	TOTAL H/R

Conteúdos Curriculares	2.680
Práticas Extensionistas	320
Atividades Complementares (orientadas por regulamento) Distribuídas do 1º ao 8º período.	80
TP	3.080
Integralização 8 semestres	04 anos

PRÁTICAS EXTENSIONISTAS

Primeiro período - Cesta Básica de Goiatuba e Região - CH 40H

CONTEXTUALIZAÇÃO – Este projeto de extensão do curso de Administração e Ciências Contábeis do UniCerrado que integra o corpo docente, discente e a comunidade externa numa ação que busca atender demandas da sociedade goiatubense e da região com relação à educação financeira da população local. O programa irá esclarecer o comportamento dos preços da cesta básica nacional em nível local realizando pesquisas no comércio local e regional sobre os itens da cesta básica nacional de forma que possamos aferir quanto custa a cesta básica na cidade de Goiatuba e de seu entorno e sua variação.

A Cesta Básica de Alimentos está definida no Decreto-Lei N. 399 de 30 de abril de 1938, tanto em relação aos produtos a serem pesquisados, quanto suas respectivas quantidades. Para medir a evolução dos preços desses bens em cada capital, é necessária a realização de uma pesquisa de Locais de Compra. Esta indicará os hábitos de compra dos trabalhadores, ou seja, quais os produtos que compõem a Cesta Básica são consumidos e em que tipo de estabelecimento, mais frequentemente, são comprados pelos trabalhadores

JUSTIFICATIVA OU RELEVÂNCIA - O projeto “Interdisciplinaridade das ciências sociais aplicadas”, tem como objetivo o empoderamento da sociedade local na sua segurança financeira. A iniciativa propõe chamar a atenção para a educação financeira prestando orientação sobre os gastos com a cesta básica alimentar da população de Goiatuba e região com recursos intelectuais interdisciplinar. “Como se compõe a cesta básica alimentar e quanto ela representa no orçamento familiar da população”.

OBJETIVO GERAL - Assistir a população local e regional com dados econômico-financeiros sobre a cesta básica e seu nível de preço.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- I. Pesquisar os preços dos itens da cesta básica nacional no mercado local e regional;
- II. Calcular índices de preços a partir dos dados obtidos na pesquisa de campo;
- III. Analisar os índices de preços calculados numa perspectiva temporal;
- IV. Divulgar a análise e conclusões da pesquisa mensalmente através das mídias do UniCerrado e dos veículos de comunicação regional.

METODOLOGIA: O projeto “Cesta Básica Goiatuba e Região” efetuará pesquisa de campo e fará análise dos dados e indicadores de mercado estatisticamente numa perspectiva temporal. Os docentes do curso de graduação em ADM e C/C do UniCerrado, em Goiatuba/GO, que, juntos, desenvolverão atividades práticas como educação financeira, coordenação de equipes, atividades de pesquisa de campo para levantamentos de preços dos itens que compõem a cesta básica nacional, dentro das disciplinas de economia e Metodologia científica e estatística.

POPULAÇÃO DO ESTUDO - Este estudo se desenvolverá especialmente nos supermercados, mercadinhos de bairro, farmácias, lojas de vendas de viagens, corretoras de imóveis e outros estabelecimentos que comercializem algum item que compõe a cesta básica alimentar nacional localizados no município de Goiatuba e nos municípios que mantem alunos matriculados no curso de ADM e C/CONTÁBEIS do UniCerrado.

CRITÉRIOS DE INCLUSÃO E EXCLUSÃO

INCLUSÃO- Item deve compor a cesta básica alimentar nacional pesquisada pelo Dieese – Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos.

EXCUSÃO - Itens que não compõem a cesta básica nacional pesquisada pelo Dieese.

AMOSTRA E POPULAÇÃO DO ESTUDO - O tamanho amostral está definido pela formação da cesta básica e pela quantidade de estabelecimentos comerciais de Goiatuba e das cidades da região eleitas que comercializam os itens da cesta básica.

INSTRUMENTO DO ESTUDO - No primeiro momento será utilizado um formulário, contendo espaços para anotação dos preços dos produtos. Num segundo momento serão utilizados os dados relativos aos preços de data base, preço do mês anterior e preço do mês em curso os quais serão inseridos na planilha excel para se aferir os níveis de preços e de mercado, composto por índices que refletirão a inflação local da cidade de Goiatuba e da região sendo que o preço da região é a média dos dados colhidos em todas as cidades eleitas para o período, o critério de escolha dessas cidades é a existência de alunos matriculados no curso de ADM e C/C do UniCerrado. Tudo conforme exposto no quadro 1: Interface dos dados e cálculos abaixo. Com esses cálculos concluídos proceder-se-á as análises sobre a inflação dos preços e a representatividade de gastos no orçamento familiar de Goiatuba e da Região.

Quadro 1: Interface dos dados e cálculos:

Itens da Cesta Básica para Goiás	Preço na data base:/.../.....	Preço no mês anterior	Preço no mês em curso
Carne (6 kg)			
Leite (7,5 l)			
Feijão 4,5 (kg)			

Arroz (3 kg)			
Tomate 1,5 (kg)			
Pão (6 kg)			
Café (600 gr)			
Banana (90 Unid.)			
Açúcar 3 (kg)			
Óleo (750 gr)			
Margarina (750 gr)			

COLETA DE DADOS A COLETA DE DADOS - será realizada através de visita aos estabelecimentos empresariais que comercializam os itens que compõem a cesta básica nacional. Nestas visitas os alunos extensionistas pesquisam os preços dos produtos da cesta básica anotando num formulário (Anexo 1).

ANÁLISE DOS DADOS - Os resultados serão expressos através de variação percentual e das medidas estatísticas tal como valores médios. Mas também as variações absolutas dos preços e seus indicadores de inflação ou deflação conforme o caso. Para a comparação temporal dos preços locais e com os dados da cesta básica nacional.

CONSIDERAÇÕES ÉTICO-LEGAIS - Este projeto de pesquisa será encaminhado à Comissão de ética em pesquisa do UniCerrado. Após aprovação por essa comissão, será iniciada a atividade de campo na coleta dos dados requeridos para análise da cesta básica alimentar nos municípios. Todos os membros, que compõem o corpo de pesquisa da coordenação dos cursos estão compromissados com o sigilo das informações e especialmente dos agentes que produzem esses dados. Será divulgado por relatório apenas os resultados da pesquisa, jamais os agentes econômicos que interagem no mercado produzindo esses dados. Os discentes selecionados para participar deste trabalho irão assinar um termo de compromisso se comprometendo com a lisura, ética e fidelidade das informações pesquisadas. Esta seleção será com base nos alunos matrículas nas respectivas disciplinas em cada ano letivo, sendo qualificados parte dos alunos para realizarem a pesquisa de campo e parte para os trabalhos de cálculo e análise dos indicadores sob a orientação dos professores responsáveis pela pesquisa e divulgação dos resultados a cada mês.

Segundo período - RECRUTAMENTO E SELEÇÃO DE PESSOAS (SELECT)- CH 40H

CONTEXTUALIZAÇÃO - As empresas, antes mesmo de iniciar o processo de contratação de seus colaboradores precisam fazer o recrutamento e seleção, para se atentar ao cargo que necessita ser preenchido, para isso, o órgão responsável pelos seus Recursos humanos, deve conhecer, descrever e analisar tal cargo.

A área de Administração de Recursos Humanos quando bem gerida é importante para o desenvolvimento da empresa e dos colaboradores, conseguindo gerar bons resultados (Lucena, 2010). Os colaboradores através dos conhecimentos e habilidades, se tornam

valiosos como capital humano, cultural e social dentro das organizações (BOHLANDER & SNELL, 2010; HELAL, 2005).

Para que uma vaga em aberto seja preenchida em uma organização, inicialmente ela precisa ser divulgada, pode-se dizer que o recrutamento se trata de um anúncio ao mercado de trabalho. Segundo Bulgacov (2006), dispõe que toda empresa pode optar por duas formas de recrutamento, sendo o recrutamento interno e o externo.

O recrutamento é a forma utilizada pelos profissionais de Recursos Humanos para atrair e localizar candidatos que possuam o perfil adequado ao cargo que necessita ser preenchido. Segundo Bulgavov (2006, p. 337), “As atividades de recrutamento de uma empresa devem ser altamente estimuladoras, no sentido de fazer com que potenciais candidatos queiram, realmente, ingressar na organização”.

Não basta apenas atrair candidatos, pois o fator crucial de um bom recrutamento é atrair potenciais candidatos, que tenham o perfil adequado ao cargo e que possam assumir tais responsabilidades sem dificuldades. Segundo Chiavenato (2006, p. 165) “recrutamento é um conjunto de técnicas e procedimentos que visa atrair candidatos potencialmente qualificados e capazes de ocupar cargos dentro da organização”. As técnicas e procedimentos aplicados ao recrutamento podem ser observados pela maneira de como esse recrutamento é elaborado e descrito.

O recrutamento interno é uma transferência de pessoal, podendo auxiliar na promoção de pessoal, planos de carreira, sendo um fator de motivação para os funcionários que já fazem parte da organização, sem a necessidade de abrir esta vaga para o mercado externo.

O Recrutamento externo, será feito através de técnicas para atrair candidatos que, no momento não estão atuando na organização, e que estejam eles disponíveis ou trabalhando em outras empresas O recrutamento externo será realizado quando a empresa visa contratar um novo colaborador que esteja disponível para o mercado, isto é, alguém que não está empregado no momento, ou até mesmo, para atrair algum talento que faz parte do quadro de colaboradores de seu concorrente, ou outra empresa.

A escolha pela ferramenta adequada depende muito do cargo em questão, pois, se é um cargo que se sabe que o perfil de seu ocupante não é alguém que utiliza internet, então esta vaga não pode estar anunciada no site da empresa.

Como o recrutamento externo é a usado para localizar e atrair candidatos aptos para ocupar determinado cargo, este deve ser bem elaborado, contendo todos os requisitos necessários que o candidato tenha para ocupá-lo. Somente assim, servirá como a primeira triagem dentre os candidatos interessados.

No processo de recrutamento os candidatos interessados nas vagas são atraídos para as organizações e posteriormente ocorrerá a seleção para ocupar certas posições dentro das empresas (KATSURAYAMA et. al., 2012; ARAÚJO, 2014; GASPAR, 2016). O uso de

ferramentas digitais no processo de recrutamento e seleção, por meio da internet vem sendo utilizada para demonstrar ser uma forma mais econômica e rápida para auxiliar aos profissionais. Essas ferramentas têm sido desenvolvidas para auxiliar no

processo de Gestão de Pessoas (ALMERI et al., 2013).

O presente projeto de extensão Recrutamento e Seleção de Pessoas SELECT, é uma iniciativa do curso de Administração e C/ Contábeis, onde pretende-se capacitar os alunos selecionados no projeto para atuarem de forma eficiente no recrutamento e na seleção de pessoas, por meio de uma atuação prática, ou seja, nas atividades de ensino e extensão, objetivando uma experiência prática e auxiliando as empresas na contratação de um melhor perfil desejado.

JUSTIFICATIVA E RELEVÂNCIA - Justifica-se a relevância do projeto pois o recrutamento e seleção de pessoas ajudará o aprendizado prático aos alunos (discentes) e trará benefícios as empresas e a comunidade. Vale ressaltar que o recrutamento deve ser a primeira etapa para a seleção de pessoas, e servirá como uma triagem de candidatos

adequados ao cargo, comparando os currículos com o perfil necessário. Mas para que isso ocorra o recrutamento interno ou externo se faz necessário que se tenha um banco de talentos para que os profissionais de Recursos Humanos possam analisar.

O projeto auxiliará as organizações no sentido de buscar no mercado profissionais mais qualificados e capacitados para preencher alguma vaga em aberto, mas para que isso ocorra e precisa de critérios para divulgação e identificação dos possíveis candidatos para as oportunidades ofertadas.

O público-alvo externo serão pessoas físicas e jurídicas mobilizados através de parcerias com as empresas e divulgação em veículos de comunicação . o público-alvo interno operacional são os alunos matriculados nas disciplinas jurídicas dos cursos de ADM e C/Contábeis e beneficiários todos os alunos interessado em vagas no mercado de trabalho.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Promover uma aproximação entre docentes e discentes interessados em atuar nas atividades de ensino, pesquisa e extensão extraclasse;
- Conhecer melhor as características e interesses de atuação dos participantes.

METODOLOGIA - Descrição das atividades a serem desenvolvidas no projeto.

Inicialmente será lançado um edital específico aos alunos dos cursos de administração e Ciências Contábeis para seleção de participantes (Multiplicadores) do projeto. Após a seleção dos participantes os mesmos serão treinados e capacitados pelos docentes para que os mesmos possam atuar como membros do projeto.

O projeto será um vínculo de comunicação direta entre os cursos de Administração e Ciências Contábeis da UniCerrado, com as empresas vinculadas ao projeto e os candidatos (Comunidade).

Para atrair currículos e ter um excelente banco de talentos, será criado mídias sociais para divulgação das vagas ofertadas e divulgação do projeto, tais como Instagram e facebook.

Para ter um controle dos currículos recebidos o projeto contará com um banco de dados (talentos) digital, com a definição de perfil profissional dos candidatos com as suas áreas de atuação.

No recrutamento externo, será feito uma triagem dos melhores currículos profissionais de acordo com o perfil desejado pela empresa, sendo encaminhado para a entrevista com horário e data agendamento previa.

As atividades serão realizadas a partir do treinamento dos multiplicadores e divulgação do projeto aos parceiros.

Como beneficiários do projeto poderão comparecer pessoalmente na sede do Unicerrado ou enviar solicitações para os meios eletrônicos e mídias sociais que serão disponibilizados.

O projeto terá duração de 04 (quatro) semestres acadêmicos. A execução das ações se dará em um dia útil semanal, com data e horário previamente agendados ocorrendo os atendimentos no UniCerrado na sala da Direção do Curso de Administração ou na sala da turma do 7º. Período de Administração

As metas a serem atingidas pelo projeto:

- Permitir uma aproximação da sociedade com os cursos de Administração e Ciências Contábeis do UniCerrado;
- Promover a extensão acadêmica com a interação entre o social e institucional;
- Realizar no mínimo 03 atendimentos semanais.

Terceiro período – O DIREITO VAI A COMUNIDADE - CH 40H

CONTEXTUALIZAÇÃO - Como afirma o brocardo jurídico “onde está o Homem, há sociedade”; “onde há sociedade há direito”. Desse modo, a vida dos particulares e as atividades estatais são preconizadas pelas leis e normativas legais. No art. 3º da Lei de Introdução às Normas de Direito Brasileiro – aborda que “ninguém se escusa de cumprir a lei alegando que não a conhece”, bem como o Código penal assevera que “ninguém se escusará de cumprir a lei alegando desconhecê-la”, veem corroborar essa máxima. Todavia, o desconhecimento da lei é um problema que atinge de alguma maneira a vida de uma grande parte da população brasileira. Uma vez que o direito possui efeito erga omnes e está presente

em nosso cotidiano, é vital à população ter conhecimento das noções básicas do direito e suas atribuições para que possam exercê-los sem prejuízos, quando estes lhes assistirem.

Face ao exposto o curso de Administração e Ciências Contábeis do UniCerrado propõe o projeto O DIREITO VAI A COMUNIDADE, visando esclarecer a comunidade de inserção sobre direitos e avenças do dia a dia de uma sociedade plural.

JUSTIFICATIVA E RELEVÂNCIA - Considerando que as instituições de educação exercem uma função social faz-se necessário ações que oportunize o acesso da sociedade acerca de conhecimentos jurídicos, auxiliando na conscientização da população, tornando-se um alicerce para a construção de um conhecimento político e sua livre democracia.

Frente a essas premissas, a extensão Universitária, pode servir para conscientização sobre os vários ramos do direito desenvolvendo novos conhecimentos, como também os saberes democráticos através da comunicação consciente, o exercício da cidadania, tudo com fulcro e respaldado constitucionalmente conforme previsto no art. 1º da CF/88, onde o mesmo apregoa que o Brasil se constitui como um Estado Democrático de direito tendo como princípios fundamentais a cidadania.

Os cursos de Administração e Ciências Contábeis do UniCerrado possuem em seus currículos várias disciplinas jurídicas de grande relevância dentre as áreas do Direito, porque ao regular a organização da atividade relacionada as pessoas físicas e jurídicas, determinando como devem proceder os indivíduos e os empresários na busca de garantir maior segurança jurídica a todos que com eles se relacionam, em como resguardar seus direitos.

Esses conhecimentos auxiliam na compreensão da relevância da aplicação correta das normas jurídicas de direito, afinal, é evidente a importância econômico-social que esse ramo de conhecimento possui no contexto social de um país, por gerar a paz social, garantir uma segurança saudável as relações de trabalhador, e proporcionar responsabilidade social.

OBJETIVO GERAL - Oportunizar conhecimento a população das noções básicas do direito e suas atribuições para que possam exercê-los sem prejuízos, quando estes lhes assistirem.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Levar o acesso à comunidade acerca do conhecimento jurídico;
- Promover a extensão acadêmica em um local que assegura a relação ente ensino e pesquisa, possibilitando assim a interação entre o social e institucional;
- Propagar o conhecimento, oriundos de conhecimentos adquiridos na formação acadêmica;

- Proporcionar um espaço de vivências entre instituição e as reais necessidades da população.
- Permitir uma efetiva aproximação da sociedade com o Direito, fazendo o saber acadêmico conversar com àquela;
- Promover a extensão acadêmica com a interação entre o social e institucional.

METODOLOGIA - Este projeto visa levar uma experiência inédita aos alunos do Curso de Administração e Ciências Contábeis do UniCerrado através do Projeto de extensão “O DIREITO VAI A COMUNIDADE” que tem por objetivo propiciar a troca de saberes sistematizado entre a academia e a comunidade, expandindo o conhecimento para além da sala de aula de acordo com a realidade apresentada, contribuindo para a formação acadêmica, profissional e cidadã do discente comprometido com a transformação social.

O referencial teórico que balizará as ações junto à comunidade será aplicado em sala de aula pelos docentes do UniCerrado, orientadores do projeto. Enfatizando sempre o diálogo e o respeito ao saber do educando. As atividades serão realizadas a partir do acolhimento das demandas do público-alvo, onde serão discutidos, pelos professores e alunos, os temas vindos à baila e com base na lei disponibilizada as respostas aos solicitantes.

Os Beneficiados serão todos os cidadãos que tenham dúvidas sobre questões jurídicas. Onde estes poderão comparecer pessoalmente na sede do UniCerrado ou enviar cartas, mensagens eletrônicas ou ligar no telefone divulgado pela emissora de rádio difusão parceira para expor suas dúvidas.

O projeto terá duração permanente, todavia a cada ano poderá ser realinhado as demandas jurídicas da comunidade.

A execução das ações se dará em dias úteis semanais, com data e horário previamente agendados ocorrendo os atendimentos no UniCerrado ou mesmo remoto e em um programa de radiodifusão de emissora parceira em um dia da semana.

O público-alvo externo será recrutado através de um programa semanal na rádio FM parceira e serão preferencialmente pessoas físicas, e os micro e pequenos e empresários, especialmente os MEI (Micro Empreendedor Individual). Todavia qualquer cidadão que tenha dúvida sobre o assunto tratado poderá fazer contato, o que será muito bem-vindo.

O público-alvo interno – são os alunos matriculados nas disciplinas jurídicas dos cursos de ADM e C/Contábeis

Parte dos alunos pesquisaram as respostas as questões suscitadas com antecedência ou aqueles que merecem estudo técnico mais acurados para serem veiculadas, e os demais prestarão consultoria à aqueles que se encaixarem nos critérios do Núcleo de Práticas Administrativas e do núcleo de Práticas Jurídicas do UniCerrado.

CONSIDERAÇÕES ÉTICO-LEGAIS - Este projeto de pesquisa será encaminhado à Comissão de ética em pesquisa do UniCerrado. Após aprovação por essa comissão, será iniciada a atividade de campo. Todos os membros, que compõem o corpo de pesquisa da coordenação dos cursos estão compromissados com o sigilo das informações e especialmente dos agentes que produzem esses dados. Será divulgado por relatório apenas os resultados da pesquisa, jamais os agentes econômicos ou pessoas que interagem com o projeto. Os discentes selecionados para participar deste trabalho irão assinar um termo de compromisso se comprometendo com a lisura, ética e fidelidade das informações pesquisadas. Esta seleção será com base nos alunos matriculados nas respectivas disciplinas em cada ano letivo.

Quarto período - Feira de Empreendedorismo e Marketing- CH 40 H

CONTEXTUALIZAÇÃO - Como proposta acadêmica e didático-pedagógica, O UniCerrado tem como princípio o diferencial pedagógico contemporâneo, que adota práticas metodológicas que levam ao preparo dos alunos para a realidade de mercado que os espera, para uma formação crítico-reflexiva, por meio de atividades que propiciem uma práxis constante, já na própria base do eixo epistemológico da instituição. Assim, os alunos são motivados a explorar a teoria e a exercitar na prática os conhecimentos acadêmicos em situações de enfrentamento semelhantes às que farão parte do cotidiano profissional em suas áreas de atuação, num constante aprender fazendo e refletindo, dando consistência ao processo de ensino e aprendizagem definido pelas diretrizes e matrizes curriculares

Este projeto de extensão trata da realização de feiras de exposição de produtos e serviços e dará oportunidade para que micro e pequenos empreendedores possam expor, divulgar e comercializar seus produtos e/ou serviços, bem como fortalecer suas marcas. A exposição ocorrerá nos corredores e/ou no pátio do estacionamento do campus sede da UniCerrado. Contudo, poderá ocorrer em outros locais, como feira coberta e até em outros eventos, desde que oportuno e viável para a aprendizagem dos alunos e divulgação institucional dos cursos e da UniCerrado.

O público-alvo externo será recrutado pelos alunos participantes do projeto e o interno – são os alunos matriculados na disciplina de Empreendedorismo e Marketing.

OBJETIVO GERAL - proporcionar a micro e pequenos empreendedores a oportunidade de apresentarem e comercializarem seus produtos e/ou serviços por meio de feiras temáticas e oferecer aos alunos a possibilidade de colocar em prática a aprendizagem acadêmica da disciplina de Empreendedorismo e Marketing.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS :

- proporcionar visibilidade dos produtos e/ou serviços de micro e pequenos empreendedores;

- colaborar na divulgação das marcas dos micro e pequenos empreendedores;
- possibilitar aos alunos envolvidos no projeto de extensão a aplicação prática das teorias aprendidas no curso;
- desenvolver nos alunos envolvidos no projeto de extensão o empreendedorismo e a possibilidade de abertura de um empreendimento.
- divulgação institucional da UniCerrado e de seus cursos.

JUSTIFICATIVA - Mobilizar os acadêmicos em uma atividade de extensão, que vise desenvolver a visão empreendedora de sua formação profissional, além de propiciar uma interação com empresários convidados e com a comunidade é uma tarefa árdua, mas que produzirá excelentes efeitos na formação destes acadêmicos. Essa atividade os estimulará a refletirem sobre as necessidades do mercado de trabalho e da sociedade na atualidade e a se tornarem sujeitos mais ativos no processo de formação. A preocupação de se desenvolver uma atividade de extensão com tal temática se deve ao fato de sua relevância em nossa sociedade, no momento em que os empregos tradicionais estão cada vez mais escassos e os indivíduos têm sentido a necessidade de encontrar e desenvolver novas “carreiras/oportunidades” para se manterem ativamente econômicos.

Dentre as competências e habilidades que se pretende desenvolver com as feiras de Empreendedorismo e Marketing estão a capacidade de inovar utilizando novas tecnologias, analisar criticamente as necessidades do mercado de trabalho e da sociedade e elaborar um projeto que atenda à necessidade destacada, o comprometimento, a organização em equipe, o inter-relacionamento, o foco em resultados, a tomada de decisão consciente, a iniciativa, a visão de futuro, e o planejamento a médio e longo prazo.

ATIVIDADES E METODOLOGIA DAS ATIVIDADES DA FEIRA – o UniCerrado disponibilizara 30 stands

Os discentes ajudarão na divulgação dos eventos (feiras de Empreendedorismo e Marketing), seleção dos expositores por categoria de produtos/serviços, distribuição da estrutura para o evento, apoio aos expositores quanto à logística e orientações diversas., Cada aluno ou grupo deverá apresentar, de forma didática, um simples Plano de Negócios do produto ou serviço a ser colocado na exposição, com todas as etapas de elaboração. O Plano de Negócios deverá ter uma forma sintética, de natureza didática, conforme orientação apresentada pelo professor de Empreendedorismo e Marketing. Numa perspectiva didática e conforme lições do professor de Empreendedorismo, sugere-se que Plano de Negócios contenha os seguintes itens:

- A. Identificação da instituição, do período, dos alunos do grupo e do professor orientador;
- B. Nome da empresa (do aluno ou do empresário convidado) e a logomarca do empreendimento;
- C. Produto ou serviço;
- D. Tipo da empresa;

- E. Missão, visão, metas e objetivos;
- F. Mercado e concorrentes (ou líder de mercado);
- G. Recursos humanos;
- H. Marketing (se tem ou não e como é veiculada a publicidade e propaganda);
- I. Planejamento financeiro (investimento: próprio ou de terceiro);
- J. Planejamento estratégico (se tem ou não);
- K. Planejamento de qualidade;
- L. . Anexos (fotos, filmes, manchete de jornal, etc.);
- M. Os logotipos das empresas deverão vir digitalizados e anexados ao plano de negócio.

CONSIDERAÇÕES ÉTICO-LEGAIS - Este projeto de pesquisa será encaminhado à Comissão de ética em pesquisa do UniCerrado. Após aprovação por essa comissão, será iniciada a atividade de campo. Todos os membros, que compõem o corpo de pesquisa da coordenação dos cursos estão compromissados com o sigilo das informações e especialmente dos agentes que produzem esses dados. Será divulgado por relatório apenas os resultados da pesquisa, jamais os agentes econômicos ou pessoas que interagem com o projeto. Os discentes selecionados para participar deste trabalho irão assinar um termo de compromisso se comprometendo com a lisura, ética e fidelidade das informações pesquisadas. Esta seleção será com base nos alunos matriculados nas respectivas disciplinas em cada ano letivo.

Sexto período - COMO MONTAR SUA EMPRESA ELABORAÇÃO DE UM PLANO DE NEGÓCIOS - CH 40 H

INTERDISCIPLINARIDADE:

- Administração Financeira
- Contabilidade intermediária
- Empreendedorismo e Marketing
- Planejamento Estratégico
- Sistema de Informação Gerencial
- Comunicação na Administração
- Gestão de Custos
- Métodos Quantitativos
- Economia
- Teorias Da Administração

LAB. PRÁTICAS ADMINISTRATIVA

Elaboração de um Plano de Negócios

ATIVIDADE DE ASSESSORAMENTO NO MUNDO DO TRABALHO:

Elaboração da: visão, missão, negócios, objetivos, contribuição social, princípios éticos e de conduta. Descrição da área de atuação da empresa – descrição geral da empresa, área de atuação, instalações, estrutura, organograma funcional, produtos e serviços oferecidos.

Descrição do ambiente competitivo: deverá conter as principais forças do setor onde a empresa está inserida, analisando consumidores e aspectos favoráveis e desfavoráveis do negócio.

Descrição das estratégias: identificar e descrever as estratégias adotadas pela empresa destacando seus diferenciais em relação aos concorrentes.

Descrição das atividades primárias e de apoio da empresa: identificar e descrever as principais atividades financeiras, de marketing, serviços, operações, logística, recursos humanos, comerciais e demais que o aluno entenda relevantes para o posicionamento da empresa.

PÚBLICO ENVOLVIDO:

Docentes; discentes e micro e pequenos empresários

PRODUTO FINAL:

Elaboração de um Plano de Negócios para a empresa estudada

Sétimo período - DESENVOLVIMENTO ORGANIZACIONAL – CH 40H

INTERDISCIPLINARIDADE:

Administração da Prod. E Operações, Administração de Rec. Mat. Patrimoniais, Gestão da Qualidade, Gestão de Talentos Humanos, Logística e Gerência. De Suprimentos

LAB. PRÁTICAS ADMINISTRATIVA

Planejamento das várias setores/seções de uma empresa

ATIVIDADE DE DESENVOLVIDAS NO MUNDO DO TRABALHO:

- Diagnóstico organizacional
- Análise de clima e cultura organizacional
- Levantamento de necessidades de treinamento e desenvolvimento
- Desenvolvimento gerencial e de equipes
- Administração participativa
- Restruturação e mudança organizacional
- Comunicação na empresa e seus instrumentos
- Planejamento de vida e carreira
- Análise de clima e cultura
- Gerência de Processos de Negócios

PÚBLICO ENVOLVIDO:

Docentes; discentes e micro e pequenos empresários

PRODUTO FINAL:

Estruturar um departamento para a empresa piloto

Oitavo período – LANÇAMENTO DE UM PRODUTO/SERVIÇO - CH 40H

INTERDISCIPLINARIDADE:

Todas as disciplinas do curso

LAB. PRÁTICAS ADMINISTRATIVA

Preparar um produto ou serviço a ser lançando no mercado

ATIVIDADE NO MUNDO DO TRABALHO:

Escolher um produto ou serviço e promover seu projeto de lançado e:

- Explicitar qual é o problema que ele vai resolver
- Fazer sua relação de preço com os concorrentes
- Mostrar os benefícios em relação a concorrência
- Mostrar o grau de incômodos de troca, adoção ou adaptação
- Mostrar o custo de aquisição e se mais fácil de adquiri-lo do que o do concorrente

PÚBLICO ENVOLVIDO:

Docentes; discentes e micro e pequenos empresários

PRODUTO FINAL:

Projeto/protótipo do produto a ser lançado

REGULAMENTO DAS PRÁTICAS EXTENSIONISTAS

Compete ao Coordenador de Práticas Extensionistas:

I - Promover o ajustamento do Projeto Pedagógico do Curso a estas diretrizes, submetendo-o à apreciação do Colegiado para homologação;

II - Elaborar normas disciplinadoras das Práticas Extensionistas Curricular no âmbito do Curso, observando as peculiaridades do itinerário formativo;

III - Elaborar o cronograma de atividades do Práticas Extensionistas Supervisionadas;

IV - Coordenar e avaliar o desenvolvimento das práticas previstas para o semestre letivo, seja elas Obrigatórias ou Não-Obrigatórias;

V - Indicar ao Diretor do Curso nome de instituições com potencial para Campo de práticas;

VI- Formalizar junto ao Diretor de Curso toda e qualquer situação-problema configurada durante a execução das Práticas Extensionistas e que esteja fora de sua competência, visando ajuste de rumos;

VII - Estimular, valorizar e divulgar, tanto intra como extra Instituição, experiências inovadoras de práticas, seja dos Professores-Supervisores quanto dos discentes;

VIII - Apresentar semestralmente ao Diretor do Curso os resultados sobre as atividades;

IX - Realizar visitas nas entidades concedentes de práticas, quando necessário.

Compete ao professor orientador:

I - Participar das atividades programadas pela Comissão de Práticas Extensionistas visando ao planejamento e avaliação global das atividades a serem desenvolvidas no campo de práticas;

II - Orientar e avaliar, pontualmente, o desenvolvimento das Práticas Extensionistas que esteja sob sua responsabilidade dentro do semestre letivo;

III - Manter a Comissão de Práticas Extensionistas informada sobre o desenvolvimento das atividades no Campo, formalizando toda e qualquer situação-problema configurada durante a execução das Práticas Extensionistas e que esteja fora de sua competência;

VI - Aprovar o Plano de Práticas Extensionistas com o propósito de autorizar o início da mesma;

VII – Definir agenda de orientação periódica com os orientandos, visando cumprir a carga horária teórica e prática de orientação por meio da Ficha de Acompanhamento.

VIII – Monitorar e controlar o desenvolvimento das atividades e o desempenho do discente apoiado pelo Supervisor no local de execução das práticas, quando necessário;

IX - Autorizar o envio do relatório de Práticas Extensionistas para a Comissão de Práticas Extensionistas, caso o considere apto à avaliação, conforme cronograma estabelecido no calendário do curso.

X - Avaliar, emitir parecer e atribuir nota para o relatório final de práticas. A nota final das Práticas Extensionistas é média da soma do Relatório de Práticas Extensionistas (ANEXO III) dado pelo professor orientador e da Avaliação de Desempenho do discente (ANEXO IV) dado pelo Supervisor da Instituição Parceira.

Compete ao Discente

A responsabilidade pela procura do campo/empresa concedente de Práticas Extensionistas é do discente, sendo o Coordenador de Práticas Extensionistas responsável pela coordenação, documentação, administração e avaliação das práticas realizadas pelos alunos, sendo subordinado administrativamente à Direção do Curso de Administração

São atribuições dos Discentes

Cumprir o Plano de Práticas, em todas as suas etapas constitutivas

II - Entregar ao professor orientador, em prazo pré-estabelecido, o formulário de avaliação preenchido pelo supervisor de campo;

III - Demonstrar responsabilidade e organização no desenvolvimento das práticas;

IV - Atender de forma obrigatória às normas e cronograma do Práticas Extensionistas sob pena de reprovação;

V - Atender às normas da Instituição Parceira;

VI – Manter atitude ético-profissional no desempenho de todas as atividades de práticas.

Avaliação das Práticas Extensionistas

As Práticas Extensionistas Curricular serão avaliadas, levando-se em conta os critérios, a seguir explicitados:

- Coerência e consistência do conteúdo Relatório de Práticas Extensionistas Curricular;
- Apresentação do Relatório Final dentro dos critérios estabelecido pelo NPA;
- Nota obtida no formulário de avaliação preenchido pelo Supervisor;
- A nota mínima para aprovação no Práticas Extensionistas é de seis (6.0) pontos;
- O aluno que não obtiver a nota mínima para aprovação em Práticas Extensionistas deverá matricular-se novamente em Práticas Extensionistas Curricular;
- A nota final do relatório de Práticas Extensionistas será emitida pelo professor orientador.
- A nota das práticas extensionistas conjugadas com as disciplinas serão avaliadas segundo os critérios estabelecido no plano de curso dos docentes.

Convênios de Práticas Extensionistas

Cabe ao Setor responsável pelos convênios do UniCerrado promover Cadastramento, firmar Convênio e assinar Termo de Compromisso junto às Instituições-Campo, observando se atendem às exigências da legislação relacionada à saúde e segurança do trabalho para os Contratos Educacionais.

O Cadastramento representa o levantamento prévio de instituições com potencial para Campo de Práticas.

- O Convênio é o instrumento jurídico que formaliza o Campo de práticas, devendo ser assinado pela Conveniente (UniCerrado) e pela Parceria (Concedente da Prática).
- O Termo de Compromisso é o acordo tripartite celebrado entre a Conveniente (UniCerrado), a Parceria (Concedente da Prática) e o Discente (aluno da Graduação), e que os vincula a um conjunto de responsabilidades que deverão ser atendidas durante a realização das Práticas.

A celebração de convênio de concessão de Práticas Extensionistas entre a instituição de ensino e a parte concedente é condição para a realização do Práticas Extensionistas e não dispensa a celebração do Termo de Compromisso.