

CEST: MISSÃO E VISÃO

Missão	<i>Promover educação superior de excelência, formando profissionais competentes e éticos, cidadãos comprometidos com o desenvolvimento da sociedade e com o segmento das pessoas com deficiência, conscientes de sua função transformadora.</i>
Visão	<i>Ser referência regional em educação superior, reconhecida pela excelência de sua atuação e compromisso social.</i>

DADOS DA DISCIPLINA

CÓDIGO	NOME	CH TOTAL	PERÍODO
	GESTÃO DE SERVIÇOS DE ESTÉTICA	40h	5º

EMENTA

Definição de Administração. Planejamento e liderança: conceito, funções, estilos. Introdução ao conceito de gestão de serviços nos processos administrativos. Qualidade em serviços. Gestão financeira. Conceito e processo evolutivo de marketing. Conceito de valor para o cliente. Estudo da demanda. Segmentação de mercado. Modelo de Negócio em Estética: Centro de Estética e SPA.

OBJETIVOS

GERAL

Compreender os conceitos básicos da gestão de negócios visando sua aplicabilidade em empreendimentos de serviços de estética.

ESPECÍFICOS

Explicar o que é a Administração, processo administrativo, os tipos de organizações e seus níveis;
Distinguir as funções da Administração: Planejar, Organizar, Dirigir e Controlar;
Entender as premissas, os tipos e os níveis do Planejamento Organizacional;
Analisar o papel, os estilos e comportamentos de Liderança;
Conhecer o processo evolutivo do marketing, os tipos, a orientação, os ambientes e as estratégias mercadológicas;
Explicar as características, as dimensões, as estratégias e o conceito de valor na Gestão de serviços;
Avaliar a Qualidade na Prestação de Serviços;
Entender o processo empreendedor e as oportunidades de negócios;
Elaborar um plano de negócio visando sua aplicabilidade no mercado.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I - INTRODUÇÃO À ADMINISTRAÇÃO (10h)

- 1.1 O que é Administração e Gerenciamento
- 1.2 O processo de gerenciamento, os princípios básicos da Administração
- 1.3 Os níveis e os ambientes organizacionais
- 1.4 Competências, Habilidades e Atitudes e os papéis do Gestor/Administrador de um negócio
- 1.5 As funções da Administração: Planejamento, Organização, Direção e Controle

UNIDADE II – PLANEJAMENTO E LIDERANÇA (10h)

- 2.1 Planejamento e nível na organização
- 2.2 Amplitude do Planejamento
- 2.3 Plano, Política, Procedimento, Regra e Programas
- 2.4 Estabelecimento de Objetivos e Metas
- 2.5 Característica da Liderança Eficaz
- 2.6 Comportamento de Liderança e Estilos
- 2.7 Liderança Transacional x Liderança Transformacional

UNIDADE III – MARKETING E GESTÃO DE SERVIÇOS (10h)

- 3.1 Definição do conceito e evolução histórica do Marketing
- 3.2 Necessidades, Desejos e Demanda
- 3.2 Tipos de Marketing, Marketing Holístico e Orientações das Empresas para o mercado
- 3.3 Ambientes de Marketing, Segmentação de Mercado e Pesquisa de Mercado
- 3.4 Mix de Marketing e Valor para o cliente
- 3.5 Características e Classificação dos serviços
- 3.6 O pacote de serviços e Estratégias Competitivas
- 3.7 Qualidade em Serviços (SERVQUAL)

UNIDADE IV – EMPREENDEDORISMO E MODELOS DE NEGÓCIOS (10h)

- 4.1 Conceitos e definições de Empreendedorismo
- 4.2 Razões para Empreender
- 4.3 O processo Empreendedor – Moore, Hisrich, Timmons
- 4.4 Perfil Empreendedor – Teoria Econômica e Teoria Comportamental
- 4.5 O que é o Plano de Negócio e porque planejar?
- 4.6 Plano de Negócio como ferramenta de venda e ferramenta de gerenciamento
- 4.7 Criação de um Plano de Negócio Eficaz

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

Aula expositiva e dialogada; trabalhos em grupos, apresentação de vídeos, estudo de casos e leitura, discussão de textos e resenha de livro.

TRABALHOS DISCENTES EFETIVOS – TDE's

- TDE 1: Estudo de caso (a definir)
- TDE 2: Mapa conceitual a partir de artigo (a definir)
- TDE 3: Plano de Negócio (modelo SEBRAE)

RECURSOS DIDÁTICOS

Recursos audiovisuais: revistas, textos, artigos, notebook, *Google Meet*, aplicativo de gamificação *Edupulses*.

SISTEMA DE AVALIAÇÃO

A avaliação tem caráter processual e diagnóstico, objetivando o acompanhamento do desempenho do aluno no decorrer da disciplina, para tanto, devem ser considerados aspectos qualitativos como a participação ativa nas aulas e atividades acadêmicas, o relacionamento aluno-professor e aluno-aluno, a cooperação, a competência fundamentada na segurança dos conhecimentos adquiridos, a autonomia para aprofundar os conhecimentos, a pontualidade, o cumprimento de prazos na entrega de trabalhos, dentre outros.

Cotidianamente, a cada aula, a avaliação ocorrerá com base em procedimentos como: discussão de temas relacionados aos conteúdos; exercícios escritos; produção textual; estudo dirigido, estudo de casos, análises de peças jurídicas etc.

Além dos aspectos qualitativos, serão observados os critérios objetivos regimentais:

- a) frequência mínima de 75% da carga horária da disciplina;
- b) três notas parciais (uma por mês, a cada 1/3 do conteúdo trabalhado, cumulativamente ou não) que serão compostas da seguinte forma: avaliação escrita individual com peso de 100% quando admitir, em seu conteúdo, questões referentes ao texto acadêmico; avaliações escritas individuais na proporção mínima de 70%, quando associadas a atividades acadêmicas individuais, cuja proporção será de até 30% para a composição da nota.

Estão previstas como atividades acadêmicas:

- a) leitura e interpretação de estudo de caso: essa produção terá peso de 30% na composição da nota da 1ª nota
- b) leitura, análise e criação de mapa conceitual a partir de texto científico a ser definido pelo professor: essa produção terá peso de 30% na composição da nota da 2ª nota
- c) Elaboração de etapas do Plano de Negócio, que comporá a nota da 3ª avaliação, na proporção de 30%.

Em consonância às normas institucionais, não obtendo média para aprovação a partir das três notas parciais, o discente automaticamente estará inscrito para realizar a prova substitutiva e, caso ainda não seja aprovado, mas tendo alcançado a média 4,0 (quatro), se submeterá à prova final.

BIBLIOGRAFIA

BÁSICA

- ANDRADE, R. O. B. de. AMBANI, N. **Teoria geral da administração**. Rio de Janeiro: Campus, 2011.
- SANTOS, M. R.; OLIVEIRA, P. U. **Serviços de Estética - princípios de administração e organização**. São Paulo: Erica, 2014.
- KOTLER, P.. **Administração de marketing**. São Paulo: Pearson, 2006.

Bibliografia Complementar

- BERNARDES, L. A. **Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmica**. São Paulo: Atlas, 2003.



FACULDADE SANTA TEREZINHA - CEST
COORDENAÇÃO DO CURSO TECNÓLOGO EM ESTÉTICA E COSMÉTICA
PLANO DE ENSINO

BITENCOURT, C. **Gestão contemporânea de pessoas**: novas práticas, conceitos tradicionais. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.
LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Plano de Marketing para micro e pequena empresa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
PEREIRA, M. F. **Planejamento estratégico**: teorias, modelos e processos. São Paulo: Atlas, 2010.
MOREN, S.A. **SPAS e Salões de Beleza – Terapias Passo a Passo**. 7. ed. São Paulo: Cengage, 2015.

Coordenação do Curso Tecnólogo em Estética e Cosmética