



### CEST: MISSÃO E VISÃO

<b>Missão</b>	<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>
<b>Visão</b>	<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	HORÁRIO
1280	Gestão de Serviços de Estética	40h T: 40h	5º	MAT./NOT.

### 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
- Elaborar estratégias de marketing;
- 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 (8h)

- 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 (8h)**

- 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 (16h)**

- 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 Estratégias de Marketing
- 3.6 Características e Classificação dos serviços
- 3.7 O pacote de serviços e Estratégias Competitivas
- 3.8 Qualidade em Serviços (SERVQUAL/5 GAPS)

#### **UNIDADE IV – EMPREENDEDORISMO E MODELOS DE NEGÓCIOS (08h)**

- 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 METODOLÓGICOS**

Aulas expositivas e dialogadas de forma síncrona, com uso das ferramentas Classroom, Meet, etc.; Trabalhos individuais e em grupos; Vídeo-aulas; PodCast's; Formulários do Google® com questões de fixação dos conteúdos; Gamificação de conteúdos (Kahoot®, Quiz, Mentimeter® etc); Discussão de textos e artigos científicos, estudos de casos; TBL (Team-Based Learning/Aprendizado baseado em equipe); Sala de aula invertida.

Serão disponibilizados materiais instrucionais pelo docente (vídeos, tutoriais, textos, debates, estudo de casos, roteiros explicativos etc.) e propostas tarefas formativas a serem realizadas pelos estudantes de modo síncrono e/ou assíncrono, pela Plataforma Google Educacional, por meio das ferramentas Classroom e Meet.

#### **TRABALHOS DISCENTES EFETIVOS – TDE's**

TDE 1:

- Estudo de Caso Sobre o Processo de Gerenciamento
- Atividade e CH: 4 horas (20%)

TDE 2:

- Criação de Composto Mercadológico
- Atividade e CH: 4 horas (20%)

## RECURSOS DIDÁTICOS E TECNOLOGIA EDUCACIONAL APLICADA

Notebook; Internet; Ferramentas da Plataforma Google Educacional;; Aplicativos;

## SISTEMA DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

### - INSTRUÇÕES BÁSICAS

A avaliação tem caráter processual (diagnóstico, formativo e somativo), 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; construção de mapas mentais, produção textual; estudos dirigidos; demais atividades avaliativas correlacionadas aos objetivos da unidade de estudo

Além dos aspectos qualitativos, serão observados critérios objetivos com base nas normativas institucionais: frequência mínima de 75% da carga horária da disciplina;

2 (duas) avaliações formais (provas), cada uma na proporção mínima de 70% para composição da nota;

atividades acadêmicas individuais, na proporção de até 30% para a composição da nota, quando se fizerem complementar à prova.

As três notas parciais exigidas ao aluno, obedecida a Resolução nº 015/2020 – CEPE, serão obtidas da seguinte forma: realização de 02 (duas) avaliações formais, das quais resultarão 02 (duas) Notas Parciais, sendo que, para constar no Sistema Acadêmico, a 3ª Nota Parcial será registrada a partir da repetição da maior nota dentre as notas obtidas nas 02 (duas) avaliações formais;

As 1ª e 2ª Notas Parciais, resultantes da primeira e da segunda avaliação formal, respectivamente, serão compostas pela junção da aplicação remota de um instrumento avaliativo formal (qualitativo ou quali quantitativo) com o desenvolvimento, das atividades acadêmicas propostas pelo docente (síncronas e/ou assíncronas), pelo aluno, durante o período preparatório e antecedente à data da aplicação do instrumento avaliativo formal.

A aplicação dos instrumentos avaliativos formais será feita por meio remoto e terá peso de, no mínimo, 70% (setenta por cento), na composição das Notas Parciais, da seguinte forma:

a) a avaliação quali quantitativa será elaborada nos moldes da Resolução CEPE nº 072/2011 Consolidada e aplicada por plataforma digital;

b) a avaliação qualitativa será realizada com base no instrumento avaliativo qualitativo, conforme a Resolução nº 015/2020.

Dentre as atividades acadêmicas previstas pelo docente, devem ser consideradas:

a) de forma obrigatória para composição da nota da 1ª ou da 2ª avaliação:

- a leitura e interpretação de um estudo de caso a ser feita pelo aluno. Essa atividade terá peso de 30% na composição da nota da 1ª avaliação.

- Elaboração de um Composto Mercadológico. Essa atividade terá peso de 30% na composição da nota da 2ª avaliação.

b) de forma opcional para composição da outra avaliação para a qual não foi adotado o estudo de caso ou a elaboração do composto de marketing:

- TDE: caso seja pontuado, poderá ser aproveitado para composição de uma da nota no percentual de até 30%; ou

- outra atividade que o docente julgar pertinente para aprofundamento da aprendizagem e consolidação dos conteúdos poderá ser aproveitada para composição da nota no percentual de até 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 quatro, se submeterá à prova final.

**- PROPOSTA DE AVALIAÇÃO DA DISCIPLINA:**

O processo avaliativo nessa disciplina dar-se-á pela consideração de critérios que envolvem participação, discussão e entrega das atividades avaliativas formais (TDE e Avaliação 1 e 2) dentro dos prazos acordados e atinentes ao calendário acadêmico. Além disso, o processo avaliativo levará em conta a necessidade de pesquisa e interpretação por parte dos alunos para a aplicabilidade no contexto empresarial dos conteúdos ministrados e discutidos em sala de aula.

**ARTIGO CIENTÍFICO E TEXTO PARA ATIVIDADES ACADÊMICAS**

- Não se aplica.

**REFERÊNCIAS**

**Básicas**

AVIS, Maria Carolina; FERREIRA JUNIOR, Achiles Batista. **Supermarketing**: estratégias de marketing digital. São Paulo: Editora Intersaberes, 2022. *E-book*

PEREIRA, Maria de Fátima Lima (org.). **Gestão de negócios em estética**. São Caetano do Sul: Difusão, 2018. *E-book*

TAVARES, Rosane Succk; MENDONÇA, Maria Sueli. **Gestão de salões de beleza**. São Paulo: Editora Intersaberes, 2012. *E-book*

**Complementares**

BARON, Robert A.; SHANE, Scott A. **Empreendedorismo**: uma visão do processo. São Paulo: Cengage Learning, 2016.

BITENCOURT, C. **Gestão contemporânea de pessoas**: novas práticas, conceitos tradicionais. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

FERREIRA JUNIOR, Achiles Batista; AZEVEDO, Ney Queiroz de. **Marketing digital**: uma análise do mercado 3.0. Curitiba: Intersaberes, 2015. *E-book*

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Plano de marketing para micro e pequena empresa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

ROSS, Stephen A. **Fundamentos de administração financeira**. 9. ed. Porto Alegre: McGraw Hill, 2013.

São Luís, 25 de janeiro de 2022.

\_\_\_\_\_  
Prof. Railson Garcez

*Renir Cardoso Brito Rocha*

\_\_\_\_\_  
Coordenador(a)

Aprovado em Conselho de Curso  
no dia 03 /02 /2022