



PROJETO PEDAGÓGICO DE CURSO

Pós-Graduação *Lato Sensu*

**MBA em Gestão de Clínicas e Consultórios
Veterinários**

Sumário

1. Nome do Curso e Área do Conhecimento	3
2. Características Técnicas do Curso	3
3. Público-alvo	4
4. Critérios de Seleção	4
5. Justificativa do Curso	4
6. Objetivos do Curso	5
7. Competências e Habilidades do Egresso	5
8. Metodologia de Ensino e Aprendizagem	6
9. Estágio Não Obrigatório	9
10. Matriz Curricular	10
11. Carga Horária	11
12. Conteúdo programático	11
13. Infraestrutura Física e Pedagógica	32

1. Nome do Curso e Área do Conhecimento

Nome do Curso: MBA em Gestão de Clínicas e Consultórios Veterinários

Área de Avaliação (CAPES): Interdisciplinar

Grande Área (CAPES): Multidisciplinar (90000005)

Área do Conhecimento (CAPES): Interdisciplinar (90100000)

Classificação OCDE: Negócios, administração e direito

2. Características Técnicas do Curso

Modalidade: Educação a Distância

Número máximo de vagas por Polo/Unidade: 1000 alunos

Período de Oferecimento: O curso possui entrada intermitente, respeitadas as datas de início e de fim cadastradas na oferta, bem como observado o período indicado para a sua integralização.

Limitações legais

Resolução CNE/CES Nº 1, de 06 de abril de 2018, que estabelece normas para o funcionamento de cursos de pós-graduação lato sensu.

O candidato deverá ser graduado com diploma devidamente registrado segundo as normas estabelecidas pelo MEC.

O curso é multiprofissional e atende todas as exigências legais do MEC, no entanto, não se propõe a atender resoluções específicas de um único conselho de classe. Para isso, é fundamental que cada interessado faça um estudo comparativo entre a matriz proposta pela nossa instituição e as exigências do seu órgão de classe.

3. Público-alvo

Profissionais graduados em cursos superiores na área de medicina veterinária, administração e áreas correlatas que atuem ou desejem atuar na gestão de clínicas e consultórios veterinários.

4. Critérios de Seleção

O ingresso na pós-graduação será realizado por meio de inscrição no portal da Instituição e entrega dos documentos solicitados. Em seguida, analisados pela área competente.

5. Justificativa do Curso

O Brasil, acompanhando a tendência mundial, assiste ao aumento no cuidado e atenção à saúde dos animais de companhia, um cenário que eleva a demanda por serviços veterinários. Se, por um lado, este contexto oferece uma gama de oportunidades, por outro, o profissional deve estar preparado para atender às necessidades de um mercado exigente, entendendo as suas demandas e tendências.

Nesse sentido, a boa gestão dos empreendimentos veterinários é fundamental. Os cursos de graduação em Medicina Veterinária apresentam currículos extensos e o ensino nas disciplinas relacionadas à gestão de negócios é generalista e, geralmente, focado na administração de propriedades rurais.

Há, portanto, espaço para o aprofundamento na abordagem de conhecimentos imprescindíveis à gestão eficiente de clínicas e consultórios veterinários, tais como o planejamento do negócio, as características do perfil empreendedor, a administração financeira, a gestão de pessoas, os aspectos regulatórios e de vigilância sanitária, as estratégias de marketing e de relacionamento com

os clientes, bem como a qualidade e os métodos utilizados na avaliação da satisfação do cliente.

6. Objetivos do Curso

6.1. Objetivo Geral

- Qualificar profissionais para gestão eficiente de clínicas e consultórios veterinários, públicos ou privados.

6.2. Objetivos Específicos

- Capacitar profissionais para a gestão organizacional de clínicas e consultórios veterinários, com foco no planejamento do negócio, na administração financeira, no gerenciamento de pessoas e na gestão de carreira;
- Oferecer acesso às legislações que regulamentam a prática dos serviços veterinários em consultórios e clínicas, considerando os requisitos mínimos para instalações e equipamentos, bem como os critérios para o atendimento das boas práticas e da biossegurança.
- Apresentar diferentes estratégias de marketing e conceitos em qualidade, visando à divulgação dos serviços, à excelência no atendimento aos animais, à satisfação dos clientes e ao sucesso financeiro do empreendimento.

7. Competências e Habilidades do Egresso

Competências

[Desenvolver e/ou aprimorar o espírito de liderança, de empreendedorismo, de gestão administrativa, financeira e de pessoas, capacitando os profissionais a atuarem em consultórios e clínicas veterinárias, que ofereçam serviços de alta

qualidade e atendam às necessidades dos animais/tutores, ao mesmo tempo que sejam economicamente sustentáveis e cumpram o seu papel social.

Habilidades

- Aplicar os conceitos gerais de gestão- administrativa, financeira e de pessoas- na rotina de consultórios e clínicas veterinárias;
- Elaborar documentos necessários à prática e à execução de serviços médico-veterinários cumprindo os requisitos legais;
- Utilizar as estratégias de marketing e de relacionamento com o cliente na divulgação de serviços veterinários e na avaliação da satisfação dos clientes.

8. Metodologia de Ensino e Aprendizagem

O desenvolvimento das disciplinas do curso se dará no ambiente virtual, onde o aluno cumprirá 40 horas por disciplina.

Estas 40 horas são compostas pelo estudo dos diversos insumos pedagógicos disponibilizados, como:

- ✓ materiais de leitura;
- ✓ videoaulas;
- ✓ slides;
- ✓ podcasts;
- ✓ indicações de leituras extras como artigos e capítulos de livros.

Como parte do modelo acadêmico, também contabilizamos:

- ✓ a interação com os tutores para esclarecimentos de dúvidas pedagógicas (via Fórum);
- ✓ a realização da avaliação disciplinar pelo aluno.

Vale ressaltar que cada aluno é único e tem seu próprio tempo para aprendizagem. Alguns conseguem assimilar o conteúdo com mais agilidade,

outros precisam retomar as leituras e videoaulas para tornar sua aprendizagem efetiva.

O tempo gasto pelo aluno para o entendimento de cada disciplina depende também da sua familiaridade com o tema, ou seja, o conhecimento prévio que o aluno tem em relação a temática abordada.

No ambiente virtual, o aluno encontrará o conteúdo das disciplinas, organizados em temas/webaulas.

Para cada um deles, o aluno realizará um conjunto de atividades baseadas em leitura de textos de fundamentação teórica e acesso a recursos audiovisuais.

Um tutor apoiará as atividades realizadas no ambiente virtual, atendendo o aluno nas suas dúvidas por meio de ferramentas de comunicação.

O aluno, ao iniciar os seus estudos, terá um encontro presencial para acolhida/ambientação; esse encontro terá como objetivos:

- ✓ Integrar o aluno ao curso de Pós-Graduação.
- ✓ Dialogar e esclarecer as dúvidas sobre a proposta pedagógica do curso e as regras acadêmicas.
- ✓ Apresentar ao aluno o Ambiente Virtual de Aprendizagem (o primeiro acesso; o envio de documentos; os serviços de secretaria e financeiro; a disciplina Ambientação; a tutoria online; o boletim acadêmico; as disciplinas e seus conteúdos; a biblioteca virtual; entre outros).
- ✓ Proporcionar um momento de Network aos pós-graduandos.

Avaliação do Desempenho do Aluno

O aluno deverá realizar as atividades propostas no ambiente virtual. A realização das atividades irá compor sua frequência no curso, que será considerada para a sua aprovação.

A atividade avaliativa que o aluno realizará para compor a sua média é a Avaliação Virtual (AV); essa atividade é obrigatória e estará disponível no

Ambiente Virtual de Aprendizagem – AVA, conforme cronograma de seu curso.

Para a aprovação em cada uma das disciplinas, o aluno deverá obter frequência de, no mínimo, 75% (setenta e cinco por cento) e nota igual ou superior a 7,0 (sete).

As notas devem ser expressas no intervalo de 0 (zero) a 10 (dez).

O aluno que obtiver média inferior a 7,0 (sete) nas disciplinas terá direito ao Programa de Dependência e Recuperação – PDR, mediante a solicitação de requerimento e respeitando o período de jubramento do curso.

O PDR será realizado no ambiente virtual de aprendizagem, sendo que o aluno terá acesso ao conteúdo da disciplina e realizará uma Avaliação Virtual - AV, e a nota obtida substituirá a média do aluno.

Para a obtenção do **Certificado** de Pós-graduação *Lato Sensu* – especialização, o aluno deverá cumprir todas as condições seguintes:

- ✓ Frequência mínima de 75% (setenta e cinco por cento) em todas as disciplinas;
- ✓ Nota igual ou superior a 7,0 (sete) em todas as disciplinas.

Certificação

O Certificado de conclusão de curso de Especialização será acompanhado por histórico escolar, em cumprimento às exigências da Resolução CNE/CES nº1, de 06 de abril de 2018, da Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação.

Composição do Corpo Docente

O corpo docente do curso é constituído por profissionais qualificados, com comprovado saber em sua área de atuação, conforme Resolução CNE/CES nº1, de 06 de abril de 2018, sendo integrado, no mínimo, por 30% (trinta por cento) de portadores de título de pós-graduação *stricto sensu*, isto é, portadores de títulos de Mestrado e Doutorado, obtidos em programas de

pós-graduação *stricto sensu* devidamente reconhecidos pelo poder público em território nacional, ou revalidados, conforme legislação vigente. Os demais docentes são certificados em nível de especialização, pós-graduação *lato sensu*, de reconhecida capacidade técnico-profissional.

9. Estágio Não Obrigatório

O estágio curricular não obrigatório tem como finalidade estimular o aluno a desenvolver atividades extracurriculares, para que possa inter-relacionar os conhecimentos teóricos e práticos adquiridos durante o curso e aplicá-los na solução de problemas reais da profissão, proporcionando o desenvolvimento da análise crítica e reflexiva para os problemas socioeconômicos do país, de acordo com a Resolução de Estágio curricular não obrigatório vigente na Instituição.

Os principais objetivos da prática do estágio curricular não obrigatório são:

- I. proporcionar o exercício do aprendizado compromissado com a realidade socioeconômica-política do país;
- II. propiciar a realização de experiências de ensino e aprendizagem visando à educação profissional continuada, alicerçada no desenvolvimento de competências e habilidades e ao exercício do pensamento reflexivo e criativo; e
- II. incentivar o trabalho de pesquisa e investigação científica, visando ao desenvolvimento da ciência, da tecnologia e da cultura.

A carga horária é definida pela concedente de estágio, não podendo ultrapassar a carga horária máxima de 6 (seis) horas diárias e 30 (trinta) horas semanais, as quais podem ser realizadas em empresas públicas ou privadas, instituição de pesquisa, órgãos governamentais e não governamentais, e as próprias unidades da Universidade, desde que sigam às condições adequadas para que o estagiário possa aprofundar os seus conhecimentos teóricos e práticos adquiridos no curso.

Para o Curso de Pós-Graduação EAD, a prática do estágio curricular não obrigatório é permitida durante a vigência do curso, não podendo exceder em um mesmo campo de estágio o período de 2 (dois) anos.

Os estágios curriculares não obrigatórios devem estar apoiados em Termo de Compromisso e de comum acordo com a Instituição, devendo explicitar não somente os aspectos legais específicos, como também os aspectos educacionais e de compromisso com a realidade social.

O Planejamento do Estágio Curricular Não Obrigatório é de responsabilidade do coordenador de curso/professor orientador e do Departamento de Estágios.

10. Matriz Curricular

DISCIPLINAS	CH PRÁTICA	CH TEÓRICA	CH TOTAL
Ambientação	0 h	0 h	0 h
Gestão de Clínicas e Consultórios Veterinários	0 h	40 h	40 h
Qualidade em serviços e a satisfação do cliente	0 h	40 h	40 h
Estratégias de gerenciamento de gente	0 h	40 h	40 h
Vigilância sanitária e aspectos regulatórios em clínicas e consultórios veterinários	0 h	40 h	40 h
Liderança	0 h	40 h	40 h
Plano de Marketing	0 h	40 h	40 h
Administração financeira	0 h	40 h	40 h
Empreendedorismo	0 h	40 h	40 h
Gestão de Carreira	0 h	40 h	40 h

11. Carga Horária

A carga horária de 360 h constitui o conteúdo ministrado em 9 (nove) disciplinas.

12. Conteúdo programático

Disciplina: Ambientação

Ementa: Ensino a distância: características desta modalidade de estudo. A tecnologia e o ensino à distância. Legislação do Ensino a Distância no Brasil. Aspectos relacionados ao perfil no Ensino a Distância.

Competências e Habilidades:

- Compreender a modalidade de ensino a distância.
- Identificar uma relação entre tecnologia e educação no contexto do EAD;
- Discutir elementos da legislação do ensino a distância no Brasil;
- Refletir sobre o perfil do aluno em ensino a distância.

Conteúdo Programático 1: Introdução ao Ensino a Distância.

Conteúdo Programático 2: Tecnologia e educação.

Conteúdo Programático 3: Legislação do Ensino a Distância no Brasil.

Conteúdo Programático 4: Perfil do aluno no Ensino a Distância.

Bibliografia básica:

BRASIL. Ministério da Educação. **Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional - Lei n. 9.394/96**. Brasília, 1996. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9394.htm. Acesso em: 6 dez. 2022.

BRASIL. Ministério da Educação. **Resolução CNE/CP n. 7, de 18 de dezembro de 2018**. Brasília, 2018. Disponível em: <https://>

normativasconselhos.mec.gov.br/normativa/view/CNE_RES_CNECESN72018.pdf. Acesso em: 6 dez. 2022.

GIL, H. A passagem da Web 1.0 para a Web 2.0 e... Web 3.0: potenciais consequências para uma 'humanização' em contexto educativo. 2014. **Boletim informativo Cybercentro Castelo Branco**. Castelo Branco, 2014. Disponível em:

<https://repositorio.ipcb.pt/bitstream/10400.11/2404/1/A%20passagem%20da%20Web%20Henrique.pdf>. Acesso em: 6 dez. 2022.

MEYER, A. I. da S. Conceituando a Educação a Distância. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, v. 8, n. 1, p. 590-601, [s. l.], 2022. Disponível em: <https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/3835>. Acesso em: 6 dez. 2022.

VAZ, M. L. de L.; RIBEIRO, F.; COSTA, L. A. da. Os desafios da educação a distância on-line e a remotividade na nova engenharia educacional. **Brazilian Journal of Science**, v. 1, n. 4, p. 79-86. Goiás, 2022. Disponível em: <https://www.brazilianjournalofscience.com.br/revista/article/view/79>. Acesso em: 6 dez. 2022.

VIEIRA, D. M. L.; COSTA, L. A.; VAZ, M. L. L. Um novo olhar para a educação a distância. In: MACHADO, G. E.; COSTA, S. C.; SILVA, K. R. P. **Debates contemporâneos: perspectivas e reflexões atuais**. Santa Maria: Arco, 2021.

Bibliografia Complementar:

BAPTISTA, M. M. Internet: auxílio à educação. **BIBLOS - Revista do Instituto de Ciências Humanas e da Informação**, v. 16, p. 37- 44, [s. l.], 2004. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/23717>. Acesso em: 6 dez. 2022.

MOORE, M.; KEARSLEY, G. **Educação a distância: uma visão integrada**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

MORAN, J. M.; MASETTO, M. T.; BEHRENS, M. A. **Novas tecnologias e mediação pedagógica**. 21. ed. Campinas: Papirus, 2013.

PIVA, D. J.; PUPO, R.; GAMEZ, L. et al. **EAD na prática: planejamento, métodos e ambientes de educação on-line**. São Paulo: Elsevier, 2011.

Disciplina: Gestão de Clínicas e Consultórios Veterinários

Ementa: Esta disciplina visa apresentar conceitos de gestão empresarial e de gestão estratégica aplicados a clínicas e consultórios veterinários, bem como os critérios a serem considerados na elaboração de planos de negócios específicos para cada estabelecimento.

Competências e Habilidades:

- Aplicar os conhecimentos de gestão estratégica de negócios às clínicas e consultórios veterinários;
- Elaborar planos de negócios específicos para clínicas e consultórios veterinários;
- Escolher e usar ferramentas de gestão adequadas as necessidades de cada negócio;
- Avaliar os resultados dos negócios e fazer correções e adaptações necessárias.

Conteúdo Programático 1: Plano de negócios para clínicas e consultórios veterinários. Definição. Objetivo. Importância. Elaboração e construção.

Conteúdo Programático 2: Gestão empresarial e financeira de clínicas veterinárias: Definições. Conceitos. Modelos. Novas Visões. Objetivos.

Conteúdo Programático 3: Gestão estratégica de clínicas veterinárias. Definições. Objetivos. Planejamento estratégico. Execução. Definição de missões e valores. Análise de mercado. Modelo de negócios.

Conteúdo Programático 4: Ferramentas de gestão de clínicas veterinárias: Benchmarking. Brainstorming. Programa 5S. Análise SWOT. Business Model Canvas. Matriz BCG. Matriz GUT. Diagrama de Ishikawa. SIG. SIX Sigma. KPIs. Ciclo PDCL. 5W2H. Características. Critérios de escolha.

Bibliografia básica:

ANDRÉ, A. M. **Gestão Estratégica de Clínicas e Hospitais**. Rio de Janeiro: Atheneu, 2015.

DECOURT, F. et al. **Planejamento e gestão estratégica**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2012.

SEBRAE. **Como elaborar um Plano de Negócios**. Brasília: SEBRAE, 2013.

Bibliografia Complementar:

GIOSO, M.A. **Gestão da Clínica Veterinária**. Como gerenciar finanças, equipe e marketing a seu favor. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

SEBRAE/MG. **Como montar uma clínica veterinária**. Belo Horizonte: SEBRAE, 2018.

SOARES, J.A *et al.* **Gestão empreendedora em Medicina Veterinária**. Jaboticabal: Funep, 2016.

SOLEDADE, S. **Gestão e Empreendedorismo**. Módulo 1 - Gestão Empresarial / Silvio Soledade. - São Paulo: APRO, 2015.

Disciplina: Qualidade em Serviços e Satisfação do Cliente

Ementa: A disciplina de Qualidade em Serviços e Satisfação do Cliente, traz a discussão teórica, prática e estratégica destas duas variáveis, bem como dos modelos de mensuração reconhecidos internacionalmente.

Objetivo da disciplina: Apresentar os conceitos acerca da qualidade em serviços e a satisfação do cliente, bem como a importância destas variáveis no contexto organizacional de resultados, a sua operacionalização e mensuração,

para que o aluno desenvolva habilidades que o direcionem ao delineamento de estratégias e a tomada de decisões assertivas.

Competências e Habilidades:

- Desenvolver no aluno a capacidade em desenvolver planos de gestão de atendimento
- Capacitar o aluno para avaliar a jornada do cliente em negócios e promover melhorias de qualidade
- Compreender os cenários de mercado e oportunidades ligadas a qualidade no atendimento
- Ensinar o aluno a analisar e compor estratégias e táticas de experiência do cliente

Conteúdo Programático 1: Percepção do Cliente: conceitos. Comportamento do Consumidor. Necessidade de mensuração da qualidade em serviços e da satisfação dos clientes. A mente do cliente e o neuroatendimento.

Conteúdo Programático 2: Pressupostos acerca dos serviços e da qualidade em serviços. A importância da qualidade em serviços para o sucesso das organizações. O papel dos serviços na oferta de bens tangíveis: agregando valor aos produtos, com um pacote de serviços. A importância do POP – Procedimento Operacional Padrão e Scripts de atendimento.

Conteúdo Programático 3: As expectativas dos Clientes. A qualidade em serviços como fator determinante da satisfação dos clientes. As dimensões da qualidade em serviços: o que os clientes avaliam? O tripé da Experiência do Cliente. Modelo OETE de atendimento ao cliente. Gestão 1D3A1H. Como eliminar fricções de atendimento.

Conteúdo Programático 4: O modelo SERQUAL de mensuração da qualidade percebida pelo cliente em serviços. Questionário para avaliação da percepção dos clientes acerca da qualidade em serviços. O que deve ser adequado ou melhorado a partir dos resultados obtidos do SERVQUAL. Tipos de pesquisas de satisfação: NPS, CSAT, CES.

Bibliografia:

CORRÊA, H. L. **Gestão de serviços: lucratividade por meio de operações e de satisfação de clientes**. São Paulo: Atlas, 2002

FITZSIMMONS, J, A. **Administração de Serviços: operações, estratégia e tecnologia da informação**. Porto Alegre; Bookman, 2005

COELHO, F. **Customer Experience Descomplicado**. Santa Catarina. Editora Autores do Brasil, 2020.

BLANCHARD, K. **Experiência inesquecível para o cliente: Estratégias para revolucionar o atendimento**. Figurati, 2015.

Demais referências:

LOVELOCK, C. H. **Serviços: marketing e gestão**. São Paulo: Saraiva, 2002

NÓBREGA, K. C. **Falando de serviços: um guia para compreender e melhorar os serviços em empresas e organizações**. São Paulo: Atlas, 2013

KOTLER, P. **Marketing de Serviços profissionais**. São Paulo: Manole, 2002.

Disciplina: Estratégias de gerenciamento de gente.

Ementa: Esta disciplina propõe a abordagem de conhecimentos e metodologias para o gerenciamento estratégico de gente levando em consideração a prospecção e projeção de objetivos, metas e ações da área sempre com o foco no alinhamento estratégico da empresa. Os tópicos perpassam pelos subsistemas de Gestão de Gente e ampliam a visão estratégica, de papéis e de responsabilidades do profissional deste campo de atuação.

Competências e Habilidades:

- Pensamento estratégico e sistêmico sobre a interrelação das áreas da Gestão de Gente;
- Planejamento estratégico e tático das subáreas da Gestão de Gente;
- Saber estrategicamente escolher e manejar técnicas e algumas tecnologias da Gestão de Gente;

- Aprender a posicionar-se em relação à Alta Gestão para sugerir, implantar, informar e defender práticas e estratégias de Gerenciamento de Gente.

Conteúdo Programático 1: O pensamento estratégico e sua relação com as subáreas da Gestão de Gente.

Conteúdo Programático 2: Formulando e estabelecendo estratégias, metas e ações na área de Gente.

Conteúdo Programático 3: Técnicas e tecnologias para a gestão de processos estratégicos.

Conteúdo Programático 4: Modelos e práticas para a humanização no gerenciamento estratégico de gente.

Bibliografia básica:

DUTRA, Joel Souza; DUTRA; Tatiana Almendra; DUTRA, Gabriela Almendra. **Gestão de pessoas: realidade atual e desafios futuros**. São Paulo: Atlas, 2017.

FREITAS, Alberto; PERES, Angelo. **Estratégia, cultura e gestão de recursos humanos: alinhando a cultura à estratégia através do modelo O.A.R.S.** 1. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2017.

PEQUENO, Álvaro. **Administração de Recursos Humanos**. 2. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2018.

PEREIRA, Maria Celia Bastos. **RH essencial**. 2. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2020.

Bibliografia complementar:

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de recursos humanos: fundamentos básicos**. 8. ed. rev. e atual. Barueri, SP: Manole, 2016.

MARQUES, José Carlos. Recursos humanos. São Paulo, SP: Cengage, 2016

MARRAS, Jean Pierre. **Administração de recursos humanos: do operacional ao estratégico**. 15.ed. São Paulo: Saraiva, 2016.

RIBEIRO, Antonio de Lima. **Gestão de Treinamento de pessoas**. 1. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2018.

Disciplina: Vigilância sanitárias e aspectos regulatórios em clínicas e consultórios veterinários

Ementa: Esta disciplina apresenta a classificação dos estabelecimentos veterinários, as condições mínimas de instalações e equipamentos, além das documentações, exigidas pela legislação vigente, para o funcionamento de cada um deles. Além disso, aborda os aspectos sanitários a serem considerados para proporcionar um bom atendimento aos animais enquanto se garante a segurança sanitária de trabalhadores e clientes.

Competências e Habilidades:

- Conhecer as exigências legais para as instalações, equipamentos e procedimentos de boas práticas em consultórios e clínicas veterinárias;
- Saber emitir corretamente, e sempre que preciso, os documentos de consentimento e de esclarecimento durante a prática e a execução de serviços médico-veterinários;
- Reconhecer e dispor dos princípios que regem o bem-estar animal durante a realização dos procedimentos médicos-veterinários, conhecendo as legislações específicas que vetam a realização de determinados procedimentos cirúrgicos e estabelecem critérios para a realização de eutanásia;
- Aplicar os conhecimentos sobre o destino de efluentes e resíduos sólidos ao cotidiano das clínicas e consultórios veterinários;

- Realizar a notificação de doenças e manejar adequadamente o ambiente, tendo em vista o controle de doenças zoonóticas.

Conteúdo Programático 1: Resolução nº 1275, de 25 de junho de 2019: Definição dos estabelecimentos e dos serviços veterinários; instalações físicas e equipamentos obrigatórios; Penalidades previstas; Cumprimento de boas práticas. Resolução nº 780, de 10 de dezembro de 2004. Normatização da publicidade e procedimentos para a divulgação de temas de interesse médico-veterinário.

Conteúdo Programático 2: Resolução nº 1321, de 24 de abril de 2020: Regras gerais dos documentos emitidos por médicos-veterinários; documentos de consentimento e esclarecimento para a prática de serviços e atos médicos veterinários.

Conteúdo Programático 3: Saúde e bem-estar animal. Resolução nº 877, de 15 de fevereiro de 2008: cirurgias proibidas na prática médico-veterinária; Resolução nº 1000, de 11 de maio de 2012: Eutanásia em animais.

Conteúdo Programático 4: Aspectos sanitários. Condições gerais do local, dos móveis e de equipamentos. Qualidade da água para consumo. Destino de efluentes e controle de resíduos sólidos. Saúde e segurança dos trabalhadores. Doenças de notificação obrigatória e controle de zoonoses.

Bibliografia básica:

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. **Referência técnica para o funcionamento dos serviços veterinários.** 2010. Disponível em: <https://www.crmvac.org.br/wp-content/uploads/2020/07/REFER%C3%80NCIA-T%C3%89CNICA.pdf> . Acesso em: 17 out. 2022.

CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA VETERINÁRIA. **Resolução nº 1275, de 25 de junho de 2019.** Conceitua e estabelece condições para o funcionamento de Estabelecimentos Médico-Veterinários de atendimento a animais de estimação de pequeno porte e dá outras providências. Disponível em: < https://www.crmvrr.org.br/wp-content/uploads/2021/11/reso_cfmv_1275_2019.pdf>. Acesso em: 17 out. 2022.

CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA VETERINÁRIA. **Resolução nº 1071, de 17 de novembro de 2014.** Dispõe sobre a normatização de documentos emitidos pelos serviços veterinários de clínica e cirurgia destinados aos animais de companhia, com relação a declarações, atestados, autorizações e/ou solicitações dos responsáveis pelos animais submetidos a procedimentos. Disponível em: <
<https://www.crmvrs.gov.br/transparencia/PDFs/legislacao/R1071.pdf>>. Acesso em: 17 out. 2022.

CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA VETERINÁRIA. **Resolução nº 877, de 15 de fevereiro de 2008.** Dispõe sobre os procedimentos cirúrgicos em animais de produção e em animais silvestres; e cirurgias mutilantes em pequenos animais e dá outras providências. Disponível em: <
<http://ts.cfmv.gov.br/manual/arquivos/resolucao/877.pdf>>. Acesso em: 17 out. 2022.

CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA VETERINÁRIA. **Resolução nº 877, de 15 de fevereiro de 2008.** Dispõe sobre os procedimentos cirúrgicos em animais de produção e em animais silvestres; e cirurgias mutilantes em pequenos animais e dá outras providências. Disponível em: <
<http://ts.cfmv.gov.br/manual/arquivos/resolucao/877.pdf>>. Acesso em: 17 out. 2022.

CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA VETERINÁRIA. **Resolução nº 1000, de 11 de maio de 2012.** Dispõe sobre procedimentos e métodos de eutanásia em animais e dá outras providências. Disponível em: <
https://www.ufrgs.br/bioetica/resolucao_1000-2012%20CFMV.pdf>. Acesso em: 17 out. 2022.

CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA VETERINÁRIA DO ESTADO DE SÃO PAULO. **Manual de Responsabilidade Técnica.** 2019. Disponível em: <
https://crmvsp.gov.br/wp-content/uploads/2021/03/MANUAL_RT_CRMV-SP.pdf>. Acesso em: 17 out. 2022.

Bibliografia Complementar:

CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA VETERINÁRIA. Manual de Fiscalização do Sistema CFMV/CRMVs. 2021. Disponível em: < <https://www.cfmv.gov.br/manual-nacional-de-fiscalizacao-do-sistema-cfmv-crmvs/comunicacao/publicacoes/2021/01/11/#1>>. Acesso em: 17 out. 2022.

CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA VETERINÁRIA. **Resolução nº 780, de 10 de dezembro de 2004.** Estabelece critérios para normatizar a publicidade no âmbito da Medicina Veterinária, conceituando os procedimentos para divulgação de temas de interesse médico-veterinário e dá outras providências. Disponível em: < <http://ts.cfmv.gov.br/manual/arquivos/resolucao/780.pdf>>. Acesso em: 17 out. 2022.

MOUTINHO, Flávio Fernando Batista. Vigilância sanitária de estabelecimentos veterinários: uma área carente de legislação sanitária. 2021. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/journal/5705/570569953009/html/>>. Acesso em: 17 out. 2022.

Disciplina: Liderança

Ementa: Desafios da liderança contemporânea: concomitância de gerações, conectividade e comunicação, velocidade e tomada de decisões. Liderança e desempenho corporativo: resultados, avaliação e feedback. Liderança exponencial: conceitos, características e objetivos. Liderança transformadora: Influências do contexto “Indústria 4.0”. Coaching e mentoring: times de alto desempenho. Políticas de formação de líderes.

Competências e Habilidades:

- Reconhecer e interpretar as características do contexto contemporâneo no que tange à convivência mútua de diferentes gerações, ampla conectividade e alta velocidade nas transformações.
- Compreender e traduzir em ações o papel do líder como agente de mudanças e de geração de resultados pessoais e corporativos.

- Reconhecer os efeitos das mudanças nas estruturas corporativas contemporâneas, em especial a denominada indústria 4.0”, sobre o ato de liderar e conduzir pessoas e times de trabalho.
- Conhecer e aplicar as técnicas de coaching e mentoring como instrumentos de promoção e gestão de pessoas e times de alto desempenho.
- Desenvolver políticas organizacionais para a formação de lideranças e aprimoramento dos recursos humanos corporativos.
- **Conteúdo Programático 1:** Desafios da liderança contemporânea. Concomitância de gerações de líderes e liderados. Comunicação e conectividade. Velocidade e tomada de decisões.
- **Conteúdo Programático 2:** Liderança e desempenho corporativo. Liderança de resultados. Avaliação de desempenho. Feedback.
- **Conteúdo Programático 3:** Liderança exponencial. Conceitos, características e objetivos. Liderança de transformação. Desafios do contexto indústria 4.0.
- **Conteúdo Programático 4:** Coaching e mentoring. Pessoas e times de alto desempenho. Coaching e mentoring de times de alto desempenho. Políticas de formação de líderes.

Bibliografia Básica

ALLAN, B. **The No-nonsense Guide to Leadership, Management and Team Working**. London: Facet Publishing, 2019. ISBN 9781783303960.

BLANCHARD, Ken. **Liderança de alto nível: como criar e liderar organizações de alto desempenho** [recurso eletrônico] / Ken Blanchard ; tradução: Francisco Araújo da Costa. – 3. ed. – Porto Alegre: Bookman, 2019.

B. R., G. K.; MAJUMDAR, S. K.; MENON, S. Manoeuvre of Electronic Entrepreneurial Ecosystem to Contemporary Indicator of Techno Business

Leadership in Industry 4.0: Digital Entrepreneurship. **Global Journal of Enterprise Information System**, [s. l.], v. 10, n. 3, p. 25–32, 2018. DOI 10.18311/gjeis/2018.22805. Disponível em: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=139065877&lang=pt-br&site=ehost-live>. Acesso em: 22 jul. 2020.

CALDEIRA. **Monitoração da Performance Organizacional**. Lisboa-Portugal: Actual Editora, 2014.

CRESNAR, R.; NEDELKO, Z. Understanding Future Leaders: How Are Personal Values of Generations Y and Z Tailored to Leadership in Industry 4.0? **Sustainability** (2071-1050), [s. l.], v. 12, n. 11, p. 4417, 2020. DOI 10.3390/su12114417. Disponível em: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fsr&AN=144225577&lang=pt-br&site=ehost-live>. Acesso em: 22 jul. 2020.

BORGES-ANDRADE, Jairo E.; ABBAD, Gardênia da Silva; MOURÃO, Luciana. **Treinamento, desenvolvimento e educação em organizações e trabalho: fundamentos para a gestão de pessoas**. Acileide Cristiane F. Coelho et al. [colaboração]. Porto Alegre: Artmed, 2007.

BRILLO, João. **Liderança e cultura organizacional para inovação** / João Brillo, Jaap Boonstra. --São Paulo: Saraiva Educação, 2019.

ESCALADA, Rodolfo A. La Incidencia de Liderazgo en la estructuración de La toma de decisión y La confianza em lãs organizaciones. In: **Processos Psicossociais nas organizações e no trabalho**. José Carlos Zanelli; Narbal Silva; Suzana da Rosa Tolfo [org.]. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2011.

FIGUEIREDO, Paula Cristina Nunes. Competências para uma liderança percebida como eficaz - Líderes e liderados. Tese de doutorado em Gestão. **Universidade Europeia**: Laureate International Univerities. Lisboa: Julho, 2018.

GRACIOSO, Luiz Francisco. **Liderança empresarial**: competências que inspiram, influenciam e conquistam resultados / Luiz Francisco Gracioso. São Paulo : Atlas, 2009.

KUAZAQUI, Edmir. **Liderança e criatividade em negócios**. Edmir Kuazaqui, (organizador). São Paulo: Cengage Learning, 2006.

LIN, Chien-Huang; HUANG, Yidan. Tell me only what I want to know: congruent self-motivation and feedback. **SOCIAL BEHAVIOR AND PERSONALITY**, 2018, 46(9), pp. 1523–1536.

MANNING, D. **Progress vs people. Logistics & Transport Focus**, [s. l.], v. 20, n. 8, p. 20, 2018. Disponível em: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=130930629&lang=pt-br&site=ehost-live>. Acesso em: 22 jul. 2020.

NICK, Horney; BILL Pasmore; O'SHEA, Tom. Leadership agility: A business imperative for a VUCA world. **People and Strategy**, v. 33, n. 4, p. 32, 2010, pp. 32-38.

OKFALISA et. al. Integrated Analytical Hierarchy Process and Objective Matrix in Balanced Scorecard Dashboard Model for Performance Measurement. **Telkomnika**. 2018, vol. 16, nº 6, p2703-2711.

ROSENBACH, William E.; TAYLOR, Robert L.; YOUNDIT, Mark A. **Contemporary Issues in Leadership**. 7. Ed. New York-USA: Routledge, 2012.

SANTOS, Rafaela Wanzeler dos; NASCIMENTO, Victor Matheus Batista; OLIVEIRA, Márcia Cecília Rodrigues de. Gestão estratégica de pessoas e a importância do alinhamento das Diretrizes estratégicas: Um estudo de caso. Recape: **Revista de Carreiras e Pessoas**, vol. 8, n.3, set./dez. de 2018. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/ReCaPe/article/view/36590/26432>>. Acesso em: 22 jul. 2020.

WINCK, Mattheus Fontana et. al. O desenvolvimento das competências de líderes globais: Uma abordagem baseada nos estudos de global mindset leadership. Internext: **Revista Eletrônica de Negócios Internacionais**, São Paulo, v.11, n. 2, p. 35-48, mai./ago.

Disciplina: Plano de marketing

Ementa: Planejamento Estratégico de Marketing. Estrutura e elaboração de Plano de Marketing. Análises e Diagnósticos. Avaliação e Controle do Plano de Marketing.

Conteúdo Programático 1: Planejamento Estratégico de Marketing. Livro de apoio: Kotler (2000); Livro de apoio: Kotler (2017)

Fundamentos relativos ao que é um Plano de Marketing e sua importância nas organizações contemporâneas. Texto de Apoio: Kotler (2000).

Conteúdo Programático 2: Planejamento Estratégico de Marketing: Estrutura/Roteiro de Plano de Marketing e Gestão da Inovação Dentro de um Plano de Marketing - Fazer Melhor ou Diferente.

Apresentar as etapas que compõe um Plano de Marketing: Levantamento de Informações, Análise, Diagnóstico e Plano de Ação. Discutir potenciais alternativas de se inovar na gestão de marketing de uma empresa. Texto de Apoio: Kotler (2000). Livro de apoio: Kotler (2017).

Plano de Marketing - Análise Microambiente: Apresentar as possíveis análises que devem ser realizadas na primeira etapa de um plano de marketing sob o ponto de vista de microambiente. Fundamentos de análise dos 4Ps - Preço, Produto, Praça e Ponto de Venda. Texto de Apoio: Ambrósio (2007).

Conteúdo Programático 3: Análise da Concorrência e Macroambiente

Apresentar modelos de análise de concorrência (4Ps, padrões de reação e estratégias). Mostrar a estrutura de uma análise de fatores macroambientais políticos - legais, econômicos, sociais, naturais e tecnológicos. Texto de Apoio: Ambrósio (2007). Livro: Porter (2005).

Plano de Marketing - Ferramentas de Diagnósticos: Matriz SWOT, BCG e Outras Ferramentas de Diagnóstico - Discutir as principais ferramentas de diagnósticos

existentes tais como SWOT e BCG, apresentando aos alunos exemplos de construção e interpretação dos resultados. Texto de Apoio: Kotler (2000).

Conteúdo Programático 4: Controles: Implementação e Controle

Plano de Marketing - Criação de Diagnósticos - Apresentar modelos de criação de diagnósticos tendo como base as ferramentas existentes hoje, tais como SWOT, BCG e Ansoff. Apoio: Kotler (2000).

Plano de Marketing – Implementação: Como Estabelecer Objetivos e Construção de um Plano De Ação.

Demonstrar como se deve estabelecer objetivos de marketing de forma clara e criteriosa, e desenvolver um plano de ação com todas as suas etapas. Texto de Apoio: POLIZEI (2005); Kotler (2000)

Discutir as principais fases que compõe a implementação de um plano de marketing bem como todos os controles e métricas possíveis para a avaliação de seus sucessos. Texto de Apoio: POLIZEI (2005); Kotler (2000; 2017).

Bibliografia:

AMBRÓSIO, V. Plano de marketing: passo a passo. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. ISBN: 8576051397.

KOTLER, P. Administração de marketing: a edição do novo milênio. São Paulo: Prentice Hall, 2000. ISBN: 858791801X.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. – Marketing 4.0: do tradicional ao digital. São Paulo, Sextante. 2017. ISBN 978-85-431-0533-8

POLIZEI, E. Plano de marketing. São Paulo: Thomson Pioneira, 2005. ISBN: 9788522104925.

PORTER, M. E. Estratégia Competitiva. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

Disciplina: Administração financeira

Ementa: princípios da administração financeira e seu papel no gerenciamento de recursos. As funções do profissional de finanças e os objetivos empresariais. Análise do macro e microambiente organizacional. Planejamento financeiro, indicadores de desempenho e demonstrações financeiras.

Objetivo: capacitar os estudantes nos principais conceitos, técnicas e ferramentas na administração financeira. Compreender e desenvolver uma visão integrada das atividades financeiras da empresa, bem como suas relações com o macro e micro ambiente empresarial e seus respectivos stakeholders. Otimizar as decisões empresariais, sob a ótica financeira para tomada de decisões, na manutenção da competitividade empresarial.

Competências e Habilidades:

- Reconhecer os conceitos da administração financeira nas organizações e o papel do profissional de finanças;
- Interpretar e dar suporte para tomada de decisões a partir dos instrumentos da área de finanças;
- Reconhecer os principais indicadores financeiros de desempenho organizacional;
- Desenvolver habilidade de liderança e de negociação em uma visão sistêmica da organização.

Conteúdo programático 1: Princípios da administração financeira, suas funções e áreas de decisão. O papel do administrador financeiro e o ambiente organizacional (macro e micro ambiente) e seus stakeholders.

Conteúdo programático 2: Objetivos empresariais, instituições e mercado financeiro. Índices financeiros (liquidez, atividade, endividamento).

Conteúdo programático 3: Planejamento financeiro: fluxo de caixa e gestão de capital de giro. Ciclo econômico, financeiro e contábil.

Conteúdo programático 4: Indicadores de rentabilidade e de mercado. Demonstrações financeiras.

Bibliografia Básica

ASSAF NETO. Finanças corporativas e valor. 8. ed. São Paulo: Gen/Atlas, 2021.

GITMAN, L. J. Princípios de administração financeira. 12. ed. São Paulo: Pearson, 2010.

ROSS, Stephen; et. al. Fundamentos de administração financeira. 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2013.

Bibliografia complementar

ASSAF NETO, Alexandre. Mercado Financeiro: exercícios e prática. 2. ed. São Paulo, Gen/Atlas, 2019.

BRUNI, Adriano L. FAMÁ, Rubens. As decisões de investimento: Com aplicações na HP 12C e Excel. 4. ed. São Paulo: Gen/Atlas, 2017.

GIMENES, Cristiano M. Matemática Financeira com HP12C e Excel: uma abordagem descomplicada. 2. ed. São Paulo: Pearson, 2009.

HOJI, Masakazu. Administração Financeira e Orçamentária: matemática financeira aplicada, estratégias financeiras, orçamento empresarial. 12. ed. São Paulo: Gen/Atlas, 2017.

MATIAS, Alberto B. (coord.). Finanças Corporativas de Curto Prazo: a gestão do valor do capital de giro. 2. ed. São Paulo: v.1. Gen/Atlas, 2014

Disciplina: Empreendedorismo

Ementa: A proposta desta disciplina é apresentar aos estudantes os fundamentos, processos e tendências do empreendedorismo, mostrando a necessidade do empreendedor ampliar o seu entendimento sobre o mercado e as estratégias de negócios para obter os resultados esperados.

Competências e Habilidades

- Propiciar o conhecimento das habilidades que um empreendedor deve ter
- Compreender como a realidade socioeconômica e o ambiente interferem nas decisões do empreendedor.
- Propor ações para o crescimento contínuo e sustentado.
- Propiciar ao aluno o conhecimento necessário para iniciar um novo negócio.

Conteúdo Programático

Conteúdo Programático 1: O perfil do empreendedor.

Evolução do conceito de empreendedor ao longo da história pontuando: tipos de empreendedor; Atitudes e Habilidades Empreendedoras; Características dos comportamentos empreendedores; as diferentes maneiras de empreender. Empreendedorismo Social x Corporativo; Intraempreendedorismo x empreendedorismo.

Conteúdo Programático 2: Analisando oportunidades

Avaliação de Oportunidades. Geração de ideias de negócios e fonte de ideias; transformando ideias em oportunidade de negócios; como avaliar oportunidades de negócios; um pouco sobre criatividade e inovação. Análise de Mercado: macro e microambientes

Conteúdo Programático 3: Plano de Negócios

Planejamento estratégico de negócio; Descrição da empresa; Produtos e Serviços; Plano de marketing; Plano de produção e prestação de serviços; Plano Financeiro; Alternativas para captação de recursos para novos empreendimentos; Parcerias e alianças estratégicas;

Conteúdo Programático 4: Iniciando o negócio

Pensando a empresa. Tipos de empresas: Micro/MEI; franquias, incubadoras, start ups, ciclo de vida de empresa, ciclo de vida de produto; Análise do setor de atuação; nicho de mercado, público-Alvo. Recursos e Parcerias. Lançamento do produto/serviço.

Bibliografia básica:

BARON, Robert A.; SHANE, Scott A.; **Empreendedorismo: Uma visão do processo**. 1. ed. São Paulo: Cengage Learning: 2006.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo dando asas ao espírito empreendedor**. 2.ed. rev. e atualizada São Paulo: Saraiva, 2007.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Transformando ideias em negócios**. São Paulo: Atlas, 2016.

LONGENECKER, J. C.; PALICH, L. E. **Administração de pequenas empresas**. São Paulo: Thomson, 2007.

OSTERWALTER, Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business Model Generation: Inovação Em Modelos De Negócios**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.

Bibliografia Complementar:

ARAULO FILHO, Geraldo Ferreira. **Empreendedorismo criativo**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2007.

DRUKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor**. São Paulo: Pioneira, 1987.

RIES, Eric. **A Startup Enxuta**: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas. São Paulo: Lua de Papel, 2012.

TIGRE, P. B. **Gestão da inovação: a economia da tecnologia do Brasil**. Rio de Janeiro: Elsevier. 2006. 7ª Ed.

Disciplina: Gestão de carreira

Ementa: Esta disciplina deve abordar os conhecimentos relacionados à Gestão de Carreira e as dimensões ligadas a evolução do trabalho no mundo contemporâneo. Mais especificamente trata dos seguintes temas: Área de atuação profissional. Papel do profissional no cenário atual e as implicações desse papel na formação profissional. Condições atuais do mercado de trabalho no Brasil e suas implicações. Estratégias de evolução de trabalho. Autoconhecimento. A carreira e suas fases de desenvolvimento. Planejamento de carreira e plano de ação para busca dos objetivos pessoais e profissionais.

Competências e Habilidades:

- Capacitar o estudante na gestão da sua própria carreira profissional, identificando objetivos de longo prazo (função que almeja) na sua trajetória profissional, bem como as competências e comportamentos necessários, para o alcance dos seus objetivos de carreira;

- Mostrar a importância de uma atitude protagonista para o sucesso na carreira;
- Habilitar o leitor (aluno de qualquer área do conhecimento) ao planejamento estratégico da sua carreira, visando obter as competências, habilidades e as atitudes necessárias ao desenvolvimento da sua carreira.

Conteúdo Programático 1: Contexto. Dados do mercado de trabalho no Brasil. Cultura Brasileira nas Organizações. Visão Internacional e Grandes Tendências. O futuro do trabalho. Carreira em T.

Conteúdo Programático 2: Identidade. Vocação, Paixões, Comportamentos, Talentos, Missão Profissional.

Conteúdo Programático 3: Desenvolvimento. Competências técnicas. Competências Comportamentais. Skills que o mercado exige. Sugestões Práticas de dilemas comuns.

Conteúdo Programático 4: Mostrar o Trabalho. Empregabilidade e Networking. Como crescer na carreira. Como utilizar a marca pessoal como recurso para vender o seu trabalho. Como utilizar as redes para propagar o que você faz.

Bibliografia:

DUTRA, Joel Souza (Org.). **Gestão de carreira na empresa contemporânea**. São Paulo: Atlas, 2010.

DUTRA, Joel Souza. **Administra o de Carreira**. São Paulo: Atlas, 2006.

MOGGI, Jair; BURKHARD, Daniel. **Assuma a dire o de sua carreira**. São Paulo: Negócios, 2003.

EPSTEIN, David. **Porque os generalistas vencem em um mundo de especialistas**. São Paulo: Globo Livros, 2020.

VELOSO, Elza Fátima Rosa. **Carreiras sem fronteiras e transi o profissional no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2012.

Bibliografia Complementar:

ASHER, Donald. **How to Get Any Job, Second Edition**: Career Launch and Re-Launch for Everyone Under 30 (or How to Avoid Living in Your Parents' Basement). Berkeley: Ten Speed Press, 2011.

BALASSIANO, Moisés; COSTA, Isabel de Sá A. **Gestão de carreiras**: dilemas e perspectivas. São Paulo: Atlas, 2012.

BOLLES, Richard N. How to find your mission in life? Toronto: **Ten Speed Press**, 2001.

BOCK, Laszlo. **Um novo jeito de trabalhar**. Rio de Janeiro: Sextante, 2015.

BUCKINGHAM, Marcus; CLINTON, Donald O. **Descubra seus pontos fortes**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

BURNETT, Bill; EVANS, Dave. **O Design da sua vida**. São Paulo: Rocco, 2017.

GALDINI, Danilca; MAGLIOCCA, Renata; ESTEVES, Sofia. **Carreira**: você está cuidando da sua? Rio de Janeiro: Campus-Elsevier, 2011.

GUILLEBEAU, Chris. **Nasci Para Isso** - Como Encontrar O Trabalho Da Sua Vida. São Paulo: Companhia das letras, 2017.

IBARRA, Hermínia. **Identidade de carreira**: A experiência é a chave para reinventá-la. São Paulo: Gente, 2009.

MEYER, Erin. **A Regra é Não Ter Regras**: A Netflix e a Cultura da Reinvenção. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2020.

LEPERE, Nicole. **How to do the work**. New York, 2021.

TEPERMAN, Joseph. **Anticarreira**: O Futuro do Trabalho, o Fim do Emprego e do Desemprego. São Paulo, 2019.

|

13. Infraestrutura Física e Pedagógica

O aluno encontrará todo o conteúdo do curso e assistirá às aulas gravadas no ambiente virtual. Para assistir às aulas é fundamental que as especificações

abaixo sejam obedecidas, possibilitando, assim, uma recepção de maior qualidade dos vídeos.

Hardware:

- Processador Intel Core 2 Duo ou superior.
- 2Gb de Memória RAM.
- Placa de vídeo com resolução 1024x768, qualidade de cor 32 bits e compatível com Microsoft DirectShow.
- Microsoft DirectX 9.0c ou posterior.

Software:

- Navegador: Firefox, Google Chrome, Internet Explorer (sempre atualizado).
- Sistema Operacional: Windows XP ou posterior.
- Adobe Flash Player (atualizado).
- *Plugin* de vídeos SilverLigth (atualizado)

Rede:

- Conexão com a Internet banda larga de no mínimo 2 MB.
- Em caso de acesso em ambientes corporativos além da velocidade, é necessário verificar as condições de segurança de rede de sua empresa e se certificar que o site não estará bloqueado.

Adicionalmente, é prevista a utilização da biblioteca virtual para consultas bibliográficas e pesquisa de assuntos referentes às disciplinas ministradas.

