



MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA, INOVAÇÕES E COMUNICAÇÕES
EMPRESA BRASILEIRA DE CORREIOS E TELEGRAFOS – CORREIOS
VICE PRESIDENCIA DE GESTÃO DE PESSOAS
UNIVERSIDADE CORPORATIVA DOS CORREIOS



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE SANTA CATARINA.

**PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO:
ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO DE NEGÓCIOS DOS CORREIOS**

Brasília, outubro de 2016.

SUMÁRIO

1 DADOS DA IES.....	5
1.1 Mantenedora.....	5
1.2 Mantida – Campus Proponente.....	5
1.3 Nome dos responsáveis/representantes pelo projeto/oferta.....	5
1.4 Contextualização da IES.....	5
2 DADOS DO CURSO.....	6
2.1 Requisitos Legais.....	6
2.2 Parceria externa para a realização do curso.....	6
2.3 Dados para preenchimento do certificado.....	6
3 ASPECTOS GERAIS DO PROJETO PEDAGÓGICO.....	6
3.1 Justificativa da oferta do curso.....	6
3.2 Objetivos do curso.....	6
3.3 Contribuições para o egresso.....	6
3.4 Público alvo.....	7
3.5 Ingresso no curso.....	7
3.6 Desligamento do discente.....	7
4 ESTRUTURA CURRICULAR DO CURSO.....	7
4.1 Metodologia.....	7
4.2 Matriz Curricular.....	7
4.3 Componentes curriculares.....	8
4.4 Atividades complementares.....	8
4.5 Avaliação do Processo Ensino Aprendizagem.....	8
4.6 Trabalho de Conclusão de Curso.....	9
4.7 Atividades de Tutoria (para cursos EAD).....	9
4.8 Critérios de aproveitamento de unidades curriculares cursadas anteriormente.....	9
4.9 Incentivo a pesquisa, a extensão e a produção científica e tecnológica.....	9
5 CORPO DOCENTE E TUTORIAL.....	9
5.1 Coordenador do Curso.....	9
5.2 Corpo Docente.....	9
5.3 Colegiado do Curso.....	10
6 INFRAESTRUTURA FÍSICA.....	10
6.1 Instalações gerais e equipamentos.....	10
6.2 Polos de apoio presencial ou estrutura multicampi (para cursos EAD).....	10
6.3 Sala de tutoria (para cursos EAD).....	11
6.4 Suportes midiáticos (para cursos EAD).....	11
6.5 Biblioteca.....	11
7 AVALIAÇÃO DO PROJETO PEDAGÓGICO.....	11
8 AUTORIZAÇÃO DA OFERTA DO CURSO.....	11

1 DADOS DA IES

1.1 Mantenedora

Nome da Mantenedora: Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos – Correios

Endereço: Edifício-sede dos Correios SBN Quadra 1 Bloco A, **Número:** S/N

Bairro: Asa Norte **Cidade:** Brasília **Estado:** DF

CEP: 70002-900 **CNPJ:** 340283316/0001-03

Telefone(s): (61)

Ato Legal: Decreto lei nº 509, de 20 de março de 1969

Endereço WEB: www.correios.com.br

Presidente: Guilherme Campos Júnior

1.2 Mantida

Nome da Mantida: Universidade Corporativa dos Correios – UniCorreios

Endereço: SCEN, Trecho 2 – Av. L4 Norte, Lote 4

Número: S/N

Bairro: Asa Norte

Cidade: Brasília

Estado: DF

CEP: 70800-900

CNPJ: 340283316/0001-03

Telefone(s): (61) 2141-8792

Ato Legal:

Endereço WEB:

<http://www.correios.com.br/sobre-correios/educacao-e-cultura/universidade-correios>

Chefe da UniCorreios: Marcelo Carlos da Silva

1.3 Nome dos responsáveis/representantes pelo projeto/oferta

Marcelo Carlos da Silva	marcelocarlos@correios.com.br	(61) 2141-8792
Fábio Peroni	peroni@correios.com.br	(61) 2141-8578
Paulo Roberto Wollinger	wollinger@ifsc.edu.br	(48) 3131-8805

1.4 Grupo de Trabalho para Elaboração do PPC

Nome	Email	Fone:
Marcelo Carlos da Silva	marcelocarlos@correios.com.br	(61) 2141-8792
Fabio Peroni	peroni@correios.com.br	(61) 2141-8578
Ademar Batista de Moraes Neto	ademarbmn@correios.com.br	(61) 2141-6584
Alexandre Coelho Franco	alexandref@correios.com.br	(61) 2141-8957
Antonio Braquehais	braquehais@correios.com.br	(61) 2141-7799
Antonio Jairo de Meneses	jairo@correios.com.br	(61) 2141-7312
Flavia Lucia Xavier Almeida	flaviaalmeida@correios.com.br	(61) 2141-7451
Fabrcio de Oliveira Ribeiro	fabricioribeiro@correios.com.br	(61) 2141-8042
Helcio Luiz Miziara Filho	helciol@correios.com.br	(61) 2141-7259
Mauricio Fortes Garcia Lorenzo	mauriciolorenzo@correios.com.br	(61) 2141-7679
Ony Vaz da Silva Martins	ony.vaz@correios.com.br	(61) 2141-8893
Osório Carvalho Dias	osorio@correios.com.br	(61) 2141-7454
Sérgio Ricardo de C. Gonçalves	sergioricardo@correios.com.br	(61) 2141-8680
Thomás Colvara Teixeira	thomasct@correios.com.br	(61) 2141-8789
Tomas Roberto Cotta Orlandi	tomasroberto@correios.com.br	(61) 2141-8508
Willyan Akira Matsubara	akirawm@correios.com.br	(61) 2141-7407

1.4 Contextualização da IES

Historicamente, antes da criação da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos, a área de Recursos Humanos se restringia às atividades burocráticas de controle e pagamento de pessoal, e o treinamento era incipiente.

Com a fundação da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos, em 1969, houve grandes investimentos na área de recursos humanos, e foi dada prioridade à melhoria da qualidade operacional. Cria-se um Departamento de Pessoal com uma Divisão de Treinamento que gerencia Centros de Treinamento Regionais no Rio, em Bauru, em Porto Alegre, em Recife e em Belo Horizonte.

Em 1971, tendo em vista a formação de pessoal especializado em assuntos postais, foi criado o Curso de Administração Postal, em associação com a Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC/RJ, e enviados vários empregados a outros países para realizar benchmarking postal.

No mesmo ano, objetivando o treinamento, a formação e o desenvolvimento – tático e operacional – dos empregados dos níveis básico, médio e técnico foi organizado o Departamento de Treinamento e Desenvolvimento. E, em 1978, em substituição ao convênio com a PUC/RJ, foi criada a Escola Superior de Administração Postal – ESAP, localizada em Brasília, responsável pela formação de empregados de nível superior.

Na década de 80, em razão do acirramento da concorrência no mercado nacional, os Correios incrementou seus investimentos na área de treinamento, destinando 1,5 % da sua receita operacional à área. Além disso, a Empresa reforçou seus investimentos na aquisição de tecnologia, em consonância com a ideia de priorizar o treinamento nos períodos subsequentes.

Em 1996, as políticas de treinamento e desenvolvimento foram novamente fortalecidas via instituição do PDEE – Plano Diretor de Educação Empresarial – atrelado ao programa de recuperação e expansão do sistema de telecomunicações e do sistema Postal – PASTE – do Ministério das Comunicações. O PDEE estabeleceu um perfil de educação nos Correios através de incentivos, obtendo grande adesão dos empregados da Empresa.

No início da década seguinte, baseado no conceito de universidade corporativa, foi elaborado o Projeto “Universidade Correios” (PRT/PR-252/2000), lançado em dezembro de 2001. Com a efetiva criação da Universidade, em 2002, foi atribuída a essa unidade a gestão nacional das ações de educação empresarial em todos os níveis, com a execução descentralizada para as Diretorias Regionais. Na prática, a Universidade representou a transição do tradicional T&D para a Educação Corporativa.

A Universidade Corporativa dos Correios – UniCorreios tem como missão “promover a educação corporativa com base nas competências e valores organizacionais para o desenvolvimento das pessoas, visando a sustentabilidade dos Correios” e, para tanto, atua: no desenvolvimento e execução de cursos internos de formação inicial e continuada, presenciais e a distância; na participação em cursos e eventos externos; na formação profissional em parceria com outras instituições públicas; na oferta de bolsas de estudo para formação em idiomas, técnicos de nível médio, graduação e pós-graduação em nível de especialização, mestrado e doutorado. Em 2015, foram mais de 110 mil empregados capacitados em 185 cursos presenciais e 100 cursos EAD, totalizando mais de 6 milhões de horas de formação profissional.

Além disso, a UniCorreios é responsável pela implementação do Modelo de Gestão do Conhecimento dos Correios, que é responsável pelo gerenciamento corporativo que se refere à captura, identificação, integração, recuperação, compartilhamento e utilização do conhecimento dentro da empresa, promovendo o aprendizado organizacional, gerando inovação para a sustentabilidade empresarial e o desenvolvimento das pessoas.

Atualmente os Correios possuem 116 mil empregados, sendo que 15 mil ocupam funções gerenciais. Em seu quadro funcional, possui mais de 6.200 profissionais com formação em nível de especialização, 185 mestres e 27 doutores. Diante da missão e do desafio de promover a formação profissional contínua de seus empregados, em especial dos gestores e especialistas, a UniCorreios apresenta o projeto do curso de pós-graduação, em nível de especialização, em Gestão de Negócios dos Correios. O curso visa promover a formação contínua de gestores e do

corpo técnico de especialistas, desenvolvendo competências gerenciais e técnicas, com foco na gestão de negócios da empresa, em especial: Encomendas, Postal, Logística e Varejo.

Orientação: Descrever perfil e missão da IES, dados socioeconômicos da região, breve histórico da IES/Câmpus: criação, trajetória, áreas ofertadas no âmbito de cursos técnicos, graduação e pós-graduação, áreas de atuação na extensão e pesquisa)

2 DADOS DO CURSO

Nome do curso: Especialização em Gestão de Negócios dos Correios
Modalidade: Educação a Distância – EaD.
Área (Eixo Tecnológico): Gestão e Negócios
Carga Horária: Unidades Curriculares Obrigatórias: 432 horas Projeto Integrador: 24 horas Trabalho de Conclusão do Curso: 40 horas Total: 496 horas
Periodicidade: Semestral
Período: 18 meses
Número de vagas: 144
Horário e frequência das aulas: As aulas síncronas, transmitidas por videoconferência, ocorrerão uma vez por semana, com duração de um turno (matutino ou vespertino).

2.1 Requisitos Legais

Normas Nacionais:

- Lei nº 9.394/96 – Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional (LDB);
- Lei Nº 10.861/2004 – Institui o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior – SINAES;
- Decreto 5.773/2006 – Regulamenta a Lei 10.861/2004.
- Decreto Nº 2.494/1998 – Regulamenta o Art. 80 da LDB (Lei n.º 9.394/96) sobre EaD;
- Resolução CES/CNE Nº 1/2001 – Normas para o funcionamento de cursos de pós-graduação;
- Resolução CES/CNE Nº 1/2007 – Estabelece normas para o funcionamento de cursos de pós-graduação lato sensu, em nível de especialização.
- Lei 11.892/2008 – Lei de Criação dos Institutos Federais.

Documentos Institucionais:

- Relatório Diretoria Executiva - 5 (aprova as Políticas e Diretrizes de Educação Corporativa)
- Manual de Educação Corporativa dos Correios
- Projeto Político Pedagógico

2.2 Parceria externa para a realização do curso

O curso será ofertado e realizado pela Universidade Corporativa dos Correios, em parceria com o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina – IFSC para acreditação de formação e certificação de competências profissionais e consequente emissão de certificados.

Orientação: Quando for o caso, citar a existência de parceria externa (empresas, instituições públicas etc), além do documento que formaliza o acordo (se houver)

2.3 Dados para preenchimento do certificado

Ao final do Curso, cumpridos todos os requisitos de integralização, o aluno receberá um Certificado de Pós-Graduação, devidamente registrado pelo IFSC com validade nacional, com o título de “**Especialização em Gestão de Negócios dos Correios**”, discriminando a **habilitação obtida: Encomendas e Postal, Logística ou Varejo**.

No verso do certificado deverão constar as unidades curriculares, com a respectiva carga horária de cada unidade curricular.

Orientação: Titulação, legislação que deverá constar no diploma. Os demais dados serão de acordo com padrão institucional)

3 ASPECTOS GERAIS DO PROJETO PEDAGÓGICO

3.1 Justificativa da oferta do curso

Vinculação do curso com o Planejamento Estratégico 2020 – Ciclo 2015-2018

Para a elaboração de seu Planejamento Estratégico, a empresa partiu de análises de macrotendências e de estudos de mercado, quando identificou que as fronteiras entre os setores tradicionais, dentre eles o setor postal, estão cada vez mais indefinidas e que alguns conjuntos de atividades econômicas estão se tornando híbridos e deverão ser setorizados.

Em especial, está clara a interpenetração do setor postal com outros setores da economia, tais como: logística para terceiros, comunicações, financeiro e distribuição (transporte e entrega final). Esse processo de interpenetração de setores sinaliza o aumento crescente da complexidade para a gestão dos negócios postais, pois cada vez mais será preciso entender, concomitantemente, o funcionamento de vários setores da economia, acompanhar as suas legislações específicas, os seus fóruns decisórios, cenários etc.

Entre os itens caracterizados como “de valor estratégico para atendimento das demandas do mercado”, está o “choque de liderança e de gestão para propiciar o pleno desenvolvimento das potencialidades da organização, com a adoção de posturas que transformem a cultura atual em uma cultura organizacional alinhada com o empreendedorismo e a ética; clareza nos processos de tomada de decisões, de forma que os gestores tenham a exata dimensão de suas responsabilidades; incentivo à inovação e adoção da meritocracia como diretriz principal para o aproveitamento, reconhecimento e valorização da força de trabalho”.

O Projeto Brasil 3 Tempos (BR3T), que é a “proposta institucionalizada e pactuada nacionalmente de planejamento estratégico de longo prazo para o Brasil”, utilizada como diagnóstico de tendências, inclui a “ampliação da capacidade de geração do conhecimento científico, tecnológico e de inovação” dentre as ações prioritárias da dimensão Conhecimento. Daí, o natural surgimento da questão: “o que os Correios devem fazer para abrigar os profissionais do presente e do futuro, oferecendo-lhes condições de progresso compatíveis com seus anseios?”

A busca pela excelência na gestão

Ao definir, no ano de 2011, como objetivo estratégico “alcançar o nível de empresa de classe mundial”, os Correios decidiram optar pela adoção do Modelo de Excelência da Gestão® – MEG, da Fundação Nacional da Qualidade (FNQ), como modelo de referência para a busca e fixação de uma cultura de melhoria contínua em prol de uma gestão organizacional de excelência. O MEG é um modelo com visão sistêmica que se baseia em um conjunto de conceitos fundamentais e é estruturado em critérios e requisitos que expressam a compreensão sobre a Excelência em Gestão. Baseia-se em Fundamentos e Critérios da Excelência.

Dentre as diretrizes de gestão estratégica, assentadas no Manual de Planejamento da Empresa, constam: buscar o alinhamento das práticas de gestão e resultados aos fundamentos e critérios de excelência preconizados pela FNQ, viabilizar o refinamento das práticas de gestão, por meio do aperfeiçoamento decorrente dos processos de melhoria, exemplaridade e inovação e garantir a coerência das práticas de gestão com o plano estratégico em vigor.

Os Fundamentos da Excelência, segundo a FNQ, são:

- **Pensamento sistêmico** – compreensão e tratamento das relações de interdependência e seus efeitos entre os diversos componentes que formam a organização, bem como entre eles e o ambiente com o qual interagem;
- **Atuação em rede** – desenvolvimento de relações e atividades em cooperação entre organizações ou indivíduos com interesses comuns e competências complementares
- **Aprendizado organizacional** – busca de maior eficácia e eficiência dos processos da organização e alcance de um novo patamar de competência, por meio da percepção, da reflexão, da avaliação e do compartilhamento de conhecimento e experiências;
- **Inovação** – promoção de um ambiente favorável à criatividade, experimentação e implementação de novas ideias capazes de gerar ganhos de competitividade, com desenvolvimento sustentável;
- **Agilidade** – flexibilidade e rapidez de adaptação a novas demandas das partes interessadas e a mudanças do ambiente, considerando a velocidade de assimilação e o tempo de ciclo dos processos;
- **Liderança transformadora** – atuação dos líderes de forma inspiradora, exemplar, realizadora e com constância de propósito, estimulando as pessoas em torno de valores, princípios e objetivos da organização, explorando as potencialidades das culturas presentes, preparando líderes e interagindo com as partes interessadas;
- **Olhar para o futuro** – projeção e compreensão de cenários e tendências prováveis do ambiente e dos possíveis efeitos sobre a organização, no curto e longo prazos, avaliando alternativas e adotando estratégias sustentáveis apropriadas;
- **Conhecimento sobre clientes e mercados** – interação com clientes e mercados e entendimento de suas necessidades, expectativas e comportamentos, explícitos e potenciais, criando valor de forma sustentável;
- **Responsabilidade social** – dever da organização de responder pelos impactos de suas decisões e atividades, na sociedade e no meio ambiente, e de contribuir para a melhoria das condições de vida, por meio de um comportamento ético e transparente, visando ao desenvolvimento sustentável;
- **Valorização das pessoas e da cultura** – criação de condições favoráveis e seguras para as pessoas desenvolverem-se integralmente, com ênfase na maximização do desempenho, na diversidade e no fortalecimento de crenças, costumes e comportamentos favoráveis à excelência;
- **Decisões fundamentadas** – deliberações sobre direções a seguir e ações a executar utilizando o conhecimento gerado a partir do tratamento de informações obtidas em medições, avaliações e análises de desempenho, de riscos, de retroalimentações e de experiências;
- **Orientação por processos** – busca de eficiência e eficácia nos conjuntos de atividades que formam a cadeia de agregação de valor para os clientes e as demais partes interessadas; e
- **Geração de valor** – alcance de resultados econômicos, sociais e ambientais, bem como de resultados dos processos que os potencializam em níveis de excelência e que atendam às necessidades das partes interessadas.

Esses fundamentos sintetizam os conceitos fundamentais da excelência da gestão no seu estado mais avançado, reconhecidos internacionalmente e que se traduzem em práticas ou fatores de desempenho encontrados em organizações líderes, consideradas “Classe Mundial”, que buscam constantemente se aperfeiçoar e se adaptar às mudanças. Assim, servem como excelentes balizadores para o treinamento, desenvolvimento e educação dos gestores de uma organização que pretenda alcançar a qualificação de “Classe Mundial”.

Ressalte-se, por fim, que, dentre os aspectos relacionados à gestão de pessoas que carecem maior atenção, segundo a avaliação 2014 do MEG nos Correios, é mencionada a aplicação dos mecanismos de aprendizado nas práticas de gestão, visando promover exemplaridade e

inovação.

Novo Modelo de Governança Corporativa e Estrutura Organizacional

A reestruturação organizacional dos Correios proposta pela consultoria Ernst & Young, ora em processo de implementação, traz, em sua fundamentação e na proposta propriamente dita, elementos importantes para consideração pela área de educação da Empresa quando do desenho de iniciativas que busquem reforçar ou adequar o desenvolvimento das competências dos gestores.

Os norteadores da proposta mencionados no relatório da consultoria são o fortalecimento da governança, o aperfeiçoamento do modelo de negócio, o aumento da eficiência das áreas de suporte e a obtenção de benefícios para o atendimento ao Mercado. O detalhamento desses norteadores inclui “tornar o ambiente mais propício à modernização” e “estruturar um modelo mais voltado para negócios”. Como benefícios do novo modelo empresarial, a E&Y cita o alinhamento às práticas de gestão e governança de classe mundial e o aumento da visão de negócios na empresa.

Segundo os consultores, o modelo por Unidades de Negócios tende a permitir que cada unidade compreenda e assimile mais facilmente as exigências de competitividade e as necessidades e os requisitos regulatórios de cada negócio, ao conferir grande flexibilidade, dinamismo e especialização aos diferentes negócios, com um foco que propiciará curvas de aprendizado aceleradas, favorecendo a inovação.

A constituição de Unidades Estratégicas de Negócios, mudança radical na organização da empresa, implica adaptações em um grande número de processos de gestão e, conseqüentemente, indica a necessidade de revisão também do modelo de treinamento, desenvolvimento e educação dos gestores que atuem nessa nova estrutura.

O Projeto Pedagógico – Políticas e Diretrizes da Universidade Corporativa

Diante das mudanças no cenário postal global, da definição estratégica de buscar ser uma empresa de classe mundial de acordo com o Modelo de Excelência da Gestão – MEG e da redefinição do modelo de governança e estrutura organizacional dos Correios, a área de gestão de pessoas identificou a necessidade de fortalecer a sua atuação estratégica no suporte ao negócio da empresa.

A atuação da Universidade Corporativa dos Correios, nesse contexto, tem sido quase que exclusivamente reativa, tendo sido identificadas oportunidades de melhorias nos processos de diagnóstico de necessidades de capacitação e de priorização das demandas a serem atendidas, na utilização de metodologias e ferramentas modernas de ensino e aprendizagem, na aplicação de instrumentos de avaliação do impacto das ações de educação no local de trabalho, bem como avançar nos níveis de formação.

Para fazer frente a esses desafios, a UNICORREIOS elaborou em outubro de 2015 o projeto chamado “A Construção da Universidade Corporativa de Classe Mundial” com objetivo de apresentar proposta de aprimoramento dos processos, metodologias e tecnologias de aprendizagem e adequação da estrutura da Universidade Corporativa dos Correios, alinhando-a às melhores práticas de educação corporativa do Brasil e do mundo. Uma das entregas principais definidas foi a proposta de desenvolvimento e implantação de um curso de especialização em Gestão de Negócios dos Correios.

Assim, entende-se que o curso ora proposto apresenta-se oportuno e necessário, além de perfeitamente alinhado às Políticas e Diretrizes da UNICORREIOS, em especial às políticas de “Atuação alinhada ao planejamento estratégico empresarial” e “Utilização de metodologias e tecnologias educacionais inovadoras” e às seguintes diretrizes:

- Utilizar o planejamento estratégico como principal referência para o planejamento, desenvolvimento e oferta das ações de educação corporativa;
- Formar e desenvolver as lideranças da empresa com base nas competências gerenciais definidas;
- Promover a certificação das ações de educação corporativa como recurso para valorização e meritocracia dos empregados;
- Contribuir com a criação e aplicação do conhecimento e estabelecer sistema de registro, retenção e compartilhamento de acordo com o modelo de Gestão do Conhecimento dos Correios;
- Incentivar e reconhecer a atuação dos empregados como facilitadores da aprendizagem;
- Intensificar o uso de tecnologias educacionais inovadoras no desenvolvimento e execução de ações de educação corporativa; e
- Fomentar o desenvolvimento de pesquisa aplicada para apoio à inovação de produtos, processos e serviços da Empresa.

Por fim, cabe ressaltar que os Correios possuem em seu quadro funcional em torno de 15 mil empregados em funções gerenciais nos níveis: estratégico, tático e de execução. O curso tem como principal objetivo o desenvolvimento das competências gerenciais e técnicas desses profissionais para que possam estar preparados para o desafio o exercício pleno dos seus cargos e funções e, assim, contribuir para a sustentabilidade dos Correios, cumprindo sua missão como empresa pública, garantindo aos cidadãos de todo o país um serviço de qualidade, pela capacitação permanente de seus próprios empregados e, por outro lado, conforme a constituição, Art. 205: A educação, direito de todos e dever do Estado e da família, será promovida e incentivada com a colaboração da sociedade, visando ao pleno desenvolvimento da pessoa, seu preparo para o exercício da cidadania e sua qualificação para o trabalho.

Orientação: Justificar a oferta do curso na região com embasamento em indicadores locais, regionais bem como na pesquisa de demanda e outras informações citando as fontes. Além disso, justificar esta formação e curso no Instituto Federal de Santa Catarina

3.2 Objetivos do curso

De modo geral, o curso de pós-graduação em Gestão de Negócios dos Correios visa promover a formação contínua de gestores e do corpo técnico de especialistas, desenvolvendo competências gerenciais e técnicas, com foco na gestão de negócios da empresa, em especial: Encomendas, Postal, Logística e Varejo.

São objetivos específicos do curso:

- Aproveitar a experiência e formação acadêmica adquiridas por autodesenvolvimento ou por incentivo da empresa (programa de bolsas de estudo), utilizando profissionais dos Correios para desenvolver e ministrar o curso;
- Utilizar a infraestrutura própria de educação a distância, em um desenho que racionaliza os recursos (humanos, infraestrutura e financeiros);
- Contribuir para a implantação do modelo de gestão do conhecimento dos Correios que visa criar, reter, disseminar e compartilhar conhecimento corporativo;
- Fomentar o desenvolvimento da pesquisa aplicada para apoio no processo de inovação de produtos, processos e serviços dos Correios.

3.3 Contribuições para o egresso

Ao final do curso o egresso estará capacitado para a proficiência nas seguintes competências

profissionais:

- Atuar comprometido com os resultados por meio de um ambiente de diálogo e respeito, cumprindo as orientações, as normas e as recomendações definidas pela empresa;
- Trabalhar de forma colaborativa, respeitando as diferenças individuais, compartilhando seu conhecimento e contribuindo para a realização dos objetivos;
- Atualizar-se continuamente, se responsabilizando pelo seu desenvolvimento pessoal, profissional e com os resultados do seu trabalho;
- Identificar oportunidades e propor ações de melhorias adequadas ao contexto da sua área de atuação;
- Atuar com foco no desenvolvimento de equipes, fortalecendo relações de confiança e autonomia, influenciando para a prática e disseminação da cultura de excelência;
- Promover um ambiente favorável a criatividade e inovação para identificação de soluções e implementação de novas ideias que possam preparar a organização para o futuro, gerando um diferencial competitivo no alcance dos objetivos e resultados organizacionais;
- Incentivar e apoiar sua equipe na resolução de problemas e na proposição de melhorias nos processos e métodos de trabalho.
- Articular, ajustar, definir e implementa estratégias organizacionais com base nas tendências de mercado, considerando os interesses e interfaces de todas as partes interessadas, estabelecendo os resultados esperados e avaliando os riscos e o grau de sucesso global ou local da organização;
- Estabelecer redes de relacionamentos que possam gerar oportunidades de negócio e auxiliar na implementação de projetos e processos, articulando de forma eficiente as áreas da organização, com clientes e parceiros;
- Conhecer e aplicar os modelos de gestão aplicados a governança corporativa de empresas estatais;
- Implementar, utilizar e avaliar ferramentas de gestão aplicadas aos negócios dos Correios;
- Conhecer, acompanhar, avaliar e aprimorar processos operacionais aplicados ao negócio dos Correios;
- Conhecer e aplicar ao negócio dos Correios os conceitos e ferramentas de marketing;
- Realizar processos de contratação e de gestão de contratos para aquisição de bens e serviços;
- Aplicar adequadamente as tecnologias aplicadas a gestão e aos processos dos Correios;
- Planejar orçamento e gerir custos envolvidos nos negócios;
- Desenvolver projetos de pesquisa aplicada para melhoria de processos, produtos e serviços dos Correios.

3.4 Público alvo

Este curso destina-se à formação, em nível de especialização, dos profissionais dos Correios ocupantes de funções gerenciais nos níveis: estratégico, tático e de execução e corpo técnico de especialistas, desenvolvendo competências gerenciais e técnicas, com foco na atuação ou no apoio da gestão de negócios da empresa, em especial: Encomendas, Postal, Logística e Varejo.

Orientação: Descrever o público-alvo do curso.

3.5 Ingresso no curso

O ingresso no curso deverá atender ao requisito obrigatório, conforme o artigo 44, alínea II, da Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional: “abertos a candidatos diplomados em cursos de

graduação e que atendam às exigências das instituições de ensino”.

A seleção para ingresso ocorrerá de acordo com edital interno que define os requisitos mínimos de participação, critérios de classificação e vagas por habilitação e polo de apoio presencial.

Orientação: Descrever sobre o processo de seleção para o ingresso no curso. Em caso da existência de parceria para a realização do curso destacar como acontecerá o ingresso nessa circunstância.

3.6 Desligamento do discente

Será desligado do curso o aluno que:

- Falsificar ou adulterar quaisquer documentos apresentados;
- Realizar cópia indevida, plágio, ou adulteração de quaisquer procedimentos avaliativos;
- Não concluir e defender seu TCC no prazo regulamentar;
- Desligar-se em definitivo da empresa durante o período de realização do curso até a aprovação do TCC.

Orientação: Descrever quais são os critérios para o desligamento do discente.

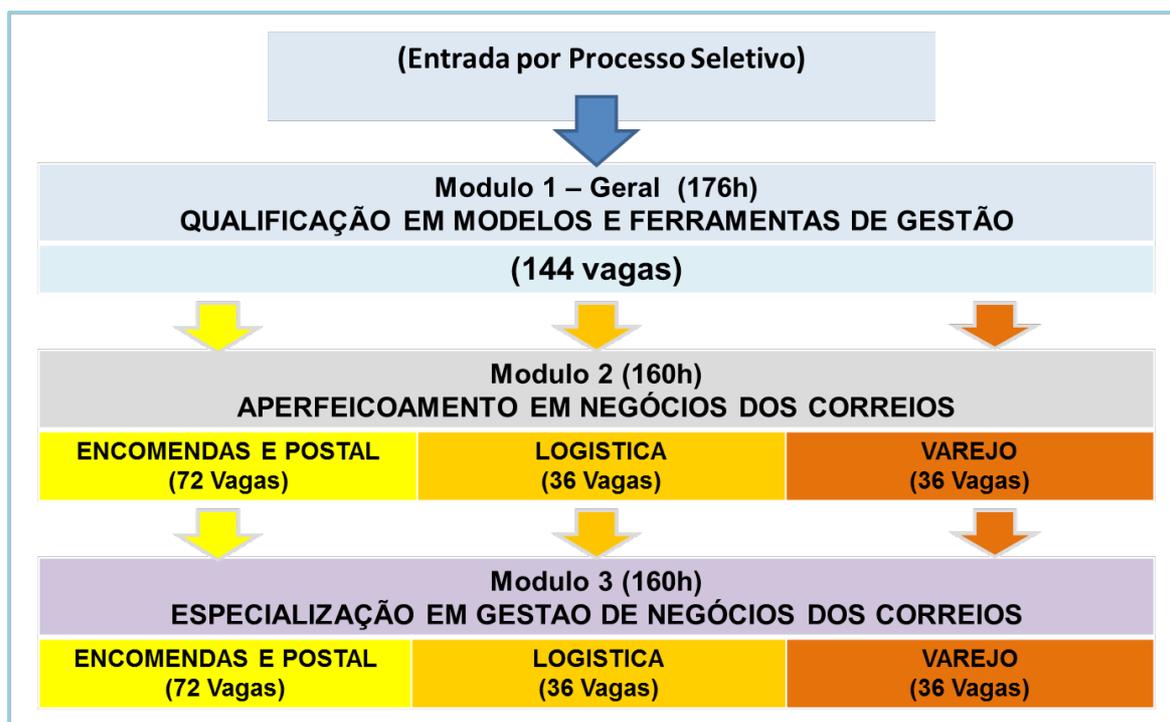
4 ESTRUTURA CURRICULAR DO CURSO

4.1 Metodologia

O curso está estruturado em três módulos com carga horária total de 496 horas, na modalidade a distância, realizado por videoconferências (seções síncronas e interativas) e atividades autoinstrucionais, supervisionadas no ambiente virtual de aprendizagem (UniCorreios Virtual). O módulo 1 é de formação geral para todos alunos (Ferramentas e Modelos de Gestão) e no modulo 2 os alunos são divididos de acordo com o aperfeiçoamento (Encomendas e Postal; Logística ou Varejo), seguinte com o módulo 3, até a finalização com o trabalho de conclusão do curso, que é individual e obrigatório.

Ao final de cada módulo o aluno receberá um certificado de conclusão emitido pela Universidade Corporativa dos Correios, sendo que após a conclusão do curso, incluindo o TCC, o mesmo estará apto a requerer o diploma de especialista em Gestão de Negócios dos Correios, junto ao IFSC.

A figura a seguir ilustra a organização do curso em módulos, com a carga horária e o número de vagas.



Cada módulo é composto por um conjunto de unidades curriculares com material didático específico de acordo com o conteúdo previsto.

Cada Unidade Curricular será realizada com sessões síncronas e assíncronas, da seguinte maneira:

- a) Sessões Síncronas: 50% da carga horária das aulas por videoconferência conduzidas pelos professores, com transmissão ao vivo e interatividade em tempo real entre professores e alunos, localizados em qualquer polo.
- b) Sessões Assíncronas: 50% da carga horária no ambiente virtual de aprendizagem (Unicorreios Virtual) com atividades autoinstrucionais, conduzidas e supervisionadas pelos professores/tutores.

As sessões síncronas (videoconferência) ocorrerão em um turno por semana (matutino ou vespertino), com duração máxima de quatro horas e realizadas no horário da jornada de trabalho do empregado. A tecnologia de videoconferência utilizada permite a transmissão ao vivo da aula, bem como a interatividade, em tempo real, entre professores e alunos, localizados em qualquer polo. Além disso, cada polo possui duas TVs (ou projetores), uma que aparece a imagem (vídeo) do professor e a outra para mostrar apresentações, arquivos eletrônicos (documentos, planilhas, textos, etc), simulações, etc. O professor terá em uma das TVs a imagem, em tempo real, das salas e alunos de todos os polos. Os alunos poderão chamar o professor a qualquer momento utilizando os microfones instalados nas salas.

Além disso, as aulas realizadas por videoconferência estarão centradas na exposição e discussão dos conteúdos, a partir dos textos de referências indicadas no espaço da UC no ambiente virtual de aprendizagem. Serão ministradas por professores com amplo conhecimento teórico e prático, com o objetivo de conduzir e orientar os estudantes nesse processo, para que atinjam o objetivo principal que é a formação de melhor qualidade.

As sessões assíncronas, realizadas no ambiente virtual de aprendizagem – UniCorreios Virtual, poderão ser realizadas a qualquer momento, pois o acesso é via internet. Nestas sessões estão previstas atividades como: acesso aos materiais de referências (textos, imagens, vídeos, infográficos, etc), participações de fóruns, chats, questionários, verificações de aprendizagens, entre outras atividades disponíveis no Moodle.

No módulo 2 está prevista, além das Unidades Curriculares específicas de cada habilitação, uma Unidade Curricular dedicada ao desenvolvimento de um projeto integrador. Tal projeto visa a aplicação dos conhecimentos vistos nas UCs do módulo1, em especial a UC de Metodologia Científica, e do módulo 2, com o desenvolvimento de um projeto aplicado aos Correios e realizado em grupo de 2 a 5 alunos. A intenção é aliar a teoria à prática, desenvolver o trabalho e espírito de equipe e promover a iniciação científica dos alunos.

O modulo 3 possui, além das Unidades Curriculares específicas de cada habilitação, o Trabalho de Conclusão do Curso TCC, que será detalhado em item específico deste PPC.

Orientação: Descrever as metodologias e as práticas pedagógicas que serão utilizadas para o desenvolvimento deste curso na formação do egresso. Também é importante informar como acontecerá o atendimento ao discente pelo docente.

4.2 Matriz Curricular

Os quadros a seguir apresentam a Matriz Curricular do curso:

Modulo 1 (Geral): QUALIFICAÇÃO EM MODELOS E FERRAMENTAS DE GESTÃO		
Cod.	Unidade Curricular	Carga Horária
1.1 GE	Teoria dos Sistemas e Modelos de Gestão	28
1.2 GE	Compliance, Controles Internos e Prevenção à Corrupção	28
1.3 GE	Gestão de Projetos	20
1.4 GE	Gestão por Processos	20
1.5 GE	Gestão da Inovação	20
1.6 GE	Liderança	20
1.7 GE	Tópicos de Gestão Financeira	20
1.8 GE	Metodologia da Pesquisa Científica	20
TOTAL		176

Modulo 2: APERFEICOAMENTO EM NEGÓCIOS DOS CORREIOS					
ENCOMENDAS E POSTAL		LOGISTICA		VAREJO	
Unidade Curricular	Horas	Unidade Curricular	Horas	Unidade Curricular	Horas
2.1. EP - Projeto Integrador	24	2.1. LO - Projeto Integrador	24	2.1. VA - Projeto Integrador	24
2.2. EP - Contratação e Gestão de Contratos	16	2.2. LO - Contratação e Gestão de Contratos	16	2.2. VA - Contratação e Gestão de Contratos	16
2.3. EP - Planejamento e Estratégia dos Negócios	24	2.3. LO - Logística Empresarial (Introdução)	24	2.3. VA - Ambiente Econômico e Gestão Estratégica do Varejo	32
2.4. EP - Marketing e Vendas	24	2.4. LO - Transporte, Distribuição e Logística Reversa	48	2.4. VA - Aspectos Jurídicos Aplicados ao Varejo	16
2.5. EP - Gestão da Produção e Operações	40	2.5. LO - Gestão de Estoques e Armazenagem	16	2.5. VA - Novas Tecnologias Aplicadas ao Varejo (e-commerce)	16
2.6. EP - Gestão da Qualidade	32	2.6. LO - Custos logísticos	20	2.6. VA - Franchising e Gestão de Franquias	24
		2.7. LO - Tecnologia Logística	12	2.7. VA - Gestão de Operações de Varejo	32
TOTAL	160	TOTAL	160	TOTAL	160

Modulo 3: ESPECIALIZAÇÃO EM GESTAO DE NEGÓCIOS DOS CORREIOS

ENCOMENDAS E POSTAL		LOGISTICA		VAREJO	
Unidade Curricular	Horas	Unidade Curricular	Horas	Unidade Curricular	Horas
3.1. EP - Trabalho de Conclusão do Curso	40	3.1. LO - Trabalho de Conclusão do Curso	40	3.1. VA - Trabalho de Conclusão do Curso	40
3.2. EP - Georeferenciamento	20	3.2. LO - Métodos Quantitativos Aplicados à logística	36	3.2. VA - Mix de Produtos e Gerenciamento de Categorias no Varejo	24
3.3. EP - Gestão e Desenvolvimento de Produtos	20	3.3. LO - Localização logística (fábricas e armazéns) e Roteirização de Veículos	24	3.3. VA - Marketing de Bens e Serviços de Varejo	40
3.4. EP - Gestão de Vendas	20	3.4. LO - Gestão de Frotas	24	3.4. VA - Comunicação Integrada no Varejo	20
3.5. EP - Processos Operacionais	60	3.5. LO - Logística Internacional e Aduaneira (comércio exterior)	12	3.5. VA - Experiência de Compra, Design de Loja e Visual Merchandising	20
-	-	3.6. LO - Logística Tributária	12	-	-
-	-	3.7. LO - Tópicos Especiais em Logística	12	-	-
TOTAL	160	TOTAL	160	TOTAL	160

4.3 Componentes curriculares

Unidade Curricular:	CH:
1.1.GE - Teoria dos Sistemas e Modelos de Gestão	28
Competências / Objetivos:	
Dotar os alunos de espírito crítico com relação aos modelos de gestão aplicáveis a organizações de grande porte, sob a ótica da Teoria de Sistemas.	
Conhecimentos:	
História e conceitos ligados à Teoria dos Sistemas, Sistemas abertos e fechados, sinergia/entropia, contextualização dos modelos de gestão, abordagem estrutural e abordagem humanística. Modelos de gestão aplicados nos Correios.	
Bibliografia:	
MAXIMIANO, Antônio C. A. Teoria Geral da Administração. 5ed. São Paulo: Atlas, 2005. PEREIRA, Maria Isabel; FERREIRA, Ademir A.; REIS, Ana Carolina F. Gestão empresarial – de Taylor aos nossos dias. São Paulo: Thomson Pioneira, 2002. HAVE, Steven T.; HAVE, Wouter T.; STEVENS, Frans; VAN DER ESILT, Marcel. Modelos de gestão – o que são e quando devem ser usados. São Paulo: Prentice Hall Brasil, 2003. TORQUATO, Gaudêncio. Cultura-poder-comunicação e imagem: Fundamentos da Nova Empresa. 1ed. São Paulo: Thomson Learning, 2003.	

Unidade Curricular:	CH:
1.2.GE - Compliance, Controles Internos e Prevenção à Corrupção	28
Competências / Objetivos:	
A Empresa pode ser vista como uma junção de processos que, de forma integrada, promovem a consecução dos objetivos estabelecidos no seu planejamento estratégico. Contudo, os riscos inerentes aos processos podem comprometer o atingimento destes objetivos. Dessa forma, a finalidade desta disciplina é apresentar como compliance, controles internos e prevenção à corrupção auxiliam no conhecimento e monitoramento de fatores que possam afetar as estratégias e os objetivos, na medida em que estabelecem controles, programas preventivos e de integridade, a serem adotados em todos os níveis da Empresa.	
Conhecimentos:	
Controle interno é um processo conduzido pela estrutura de governança, pela administração e por outros profissionais da entidade, e desenvolvido para proporcionar segurança razoável com respeito à realização dos objetivos relacionados a operações, divulgação e conformidade. A implantação de programas efetivos de compliance e prevenção à corrupção, com estruturas de funcionamento bem definidas, procedimentos de integridade devidamente estruturados em todos os níveis hierárquicos apoiará a Empresa no enfrentamento dos riscos que possam afetar seus objetivos, na medida que auxiliará na realização das atividades em conformidade com as normas e com aderência às políticas e diretrizes da Empresa.	
Bibliografia:	

Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission – Internal Control Integrated Framework – COSO, Maio de 2013.

DIAS, Sérgio Vidal dos Santos. Manual de Controles Internos. São Paulo: Atlas, 2010.

RIZZO, Maria Balbina Martins. Prevenção à Lavagem de Dinheiro nas Instituições do Mercado Financeiro. São Paulo: Trevisan, 2013.

ATTIE, William. Auditoria: conceitos e aplicações. São Paulo: Atlas, 2011.

CORTELLA, Mário Sergio; FILHO, Clóvis de Barros. Ética e vergonha na cara. Campinas: Papirus 7 Mares, 2014.

SOUZA, Patrícia Verônica Nunes Carvalho Sobral. Corrupção & improbidade: críticas e controle. Belo Horizonte: Fórum, 2011.

PIRES, Luis Manuel Fonseca; ZOCKUN, Maurício; ADRI, Renata Porto. Corrupção, ética e moralidade administrativa. Belo Horizonte: Fórum, 2009.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA. Cadernos e Guias do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa – IBGC: disponíveis em: <http://www.ibgc.org.br/index.php/ibgc/o-ibgc>. Acesso em 10 out 2016.

BRASIL. Decreto nº 8.420, de 18 de março de 2015. Presidência da República. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2015/Decreto/D8420.htm. Acesso em 10 out 2016.

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil: promulgada em 5 de outubro de 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm. Acesso em: 10 out. 2016.

BRASIL, instrução Normativa n.º 01, de 06 de abril de 2001, Ministério da Fazenda, Secretaria Federal de Controle Interno, Manual do Sistema de Controle Interno do Poder Executivo Federal. Disponível em: <http://www.cgu.gov.br/sobre/legislacao/arquivos/instrucoes-normativas/in-01-06042001.pdf>. Acesso em: 10 out. 2016.

BRASIL, Instrução Normativa Conjunta MP/CGU nº 01, de 10 de maio de 2016, Ministério da Transparência, Fiscalização e Controladoria-Geral da União. Disponível em: http://www.cgu.gov.br/sobre/legislacao/arquivos/instrucoes-normativas/in_cgu_mpog_01_2016.pdf. Acesso em: 10 out. 2016.

MINISTÉRIO DA TRANSPARÊNCIA, FISCALIZAÇÃO E CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO. Guia de Integridade Pública. Brasília, set. de 2015. <http://www.cgu.gov.br/Publicacoes/etica-e-integridade/arquivos/guia-de-integridade-publica.pdf>. Acesso em: 10 out. 2016.

BRASIL. Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/lei/l12846.htm. Acesso em: 10 out. 2016.

MINISTÉRIO DO PLANEJAMENTO, DESENVOLVIMENTO E GESTÃO. Resolução CGPAR nº 18, de 10 de maio de 2016. Disponível em: http://www.planejamento.gov.br/assuntos/empresas-estatais/legislacao/resolucoes/160510_resolucao_cgpar_18.pdf. Acesso em: 10 out. 2016.

TRIBUNAL DE CONTAS DA UNIÃO. Glossário de termos de controle externo. Brasília: SEGECEX/ADSUP/ADPLAN, 2012. Disponível em: <http://portal2.tcu.gov.br/portal/pls/portal/docs/1/2525643.PDF>. Acesso em: 10 ou. 2016.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis – Guia Temático: Integridade, Prevenção e Combate à Corrupção. São Paulo, jul de 2015. http://www3.ethos.org.br/cedoc/indicadores-ethos-guia-tematico-integridade/#.V_rmvOUrK_4. Acesso em 10 out. 2016.

ANJOS, Gersino José dos; MARTINS, Mário de Souza. O controle interno e a corrupção: uma nova matriz. Disponível em: http://www.tce.ms.gov.br/lista_artigos/detalhes/161104. Acesso em: 10 out. 2016.

Unidade Curricular:	CH:
1.3.GE - Gestão de Projetos	20

Competências / Objetivos:	
O objetivo desta disciplina é capacitar o corpo discente nos conceitos, metodologias e técnicas de Gerenciamento de projetos, com uma visão contemporânea e abrangente do tema, das formas como é abordado no Brasil e no mundo.	
Conhecimentos:	
Aspectos gerais da gestão de projetos. Project Management Institute – PMI e Certificação PMP. As 5 fases do gerenciamento de projetos (Iniciação, Planejamento, Execução, Controle, Encerramento). As 10 áreas de conhecimento da gestão de projetos (Gerenciamento da Qualidade e das Aquisições, Gerenciamento das Comunicações e das Partes Interessadas, Gerenciamento do Escopo, Gerenciamento do Tempo e dos Custos, Gerenciamento dos Recursos Humanos, Gerenciamento dos Riscos, Gerenciamento da Integração, Metodologia de gestão em projetos e Ferramentas para gestão de projetos).	
Bibliografia:	
Prado, Darci Santos – Planejamento e Controle de Projetos – Nova Lima (MG), INDG Tecnologia e Serviços Ltda. – 2011. PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. A Guide to the Project Management Body of Knowledge – PMBOK® Guide 2013- Edition, Pennsylvania-USA 2013.	

Unidade Curricular:	CH:
1.4.GE - Gestão por Processos	20
Competências / Objetivos:	
O objetivo da disciplina é apresentar os fundamentos, as práticas e as ferramentas do gerenciamento de processos de negócios ou Business Process Management – BPM aplicados à melhoria e transformação dos processos corporativos em busca da consecução dos objetivos estratégicos, do atendimento das necessidades dos clientes e outras partes interessadas e com uma visão dos processos ponta a ponta.	
Conhecimentos:	
Os antecedentes do BPM, seus fundamentos, o vínculo com a estratégia e a cadeia de valor corporativa, e o ciclo BPM serão apresentados, na introdução da unidade curricular. Serão detalhadas às áreas de conhecimento do BPM, incluindo: modelagem de processos; análise de processos; desenho de processos; gerenciamento de desempenho de processos; transformação de processos; organização do gerenciamento de processos; gerenciamento corporativa de processos e tecnologias de BPM. Será apresentado um case de um projeto de BPM aplicado à organização.	
Bibliografia:	
BPM CBOK V3.0 ABPMP Brasil. , 2013. Disponível em: < http://www.abpmp-br.org/bpm-cbok-v3-0/ >. Acesso em: 6 out. 2016 CAPOTE, G. Guia para Formação de Analistas de Processos: Business Process Management. [s.l.] CreateSpace Independent Publishing Platform, 2011. OSTERWALDER, A. Criar Propostas de Valor. [s.l.] D. QUIXOTE, 2015. PIGNEUR, Y.; OSTERWALDER, A. Criar Modelos de Negócio. [s.l.] DOM QUIXOTE, 2015. PORTER, M. E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. [s.l.] Simon and Schuster, 2008. SAWY, O. A. E. Redesigning Enterprise Processes for E-business. [s.l.] Irwin/McGraw-Hill, 2001. SILVER, B. BPMN Method and Style: With BPMN Implementer's Guide. [s.l.] Cody-Cassidy Press, 2011.	

Unidade Curricular:	CH:
1.5.GE - Gestão da Inovação	20
Competências / Objetivos:	
Dotar os alunos de conhecimentos gerais sobre inovação empresarial, sobre cultura organizacional favorável à inovação, estratégias, planos, indicadores, métodos e ferramentas de apoio à inovação, bem como sobre o conjunto de ações destinadas a tornar a inovação uma capacidade sistêmica da organização.	
Conhecimentos:	
Fundamentos da Inovação e Criatividade. Técnicas e exercícios que potencializam a criatividade e inovação em produtos e serviços. O processo de gestão criativo e de inovação na empresa. Características da pessoa criativa e inovadora. Como estimular a inovação e a criatividade na empresa.	
Bibliografia:	
FIGUEIREDO, Paulo N. Gestão da inovação: conceitos, métricas e experiências de empresas no Brasil. São Paulo: LTC, 2009. DRUCKER, Peter Ferdinand. Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios. São Paulo: Pioneira Thomson, 2008. TIDD, J.; BESANT, J., PAVITT, K. Gestão da inovação. São Paulo: Artmed, 2008. OSTROWER, Fayga. Criatividade e processo de criação. 24. ed. Petrópolis: Vozes, 2009.	

Unidade Curricular:	CH:
1.6.GE - Liderança	20
Competências / Objetivos:	
Desenvolver, no profissional, a autoconsciência e a capacidade de atuar como líder na gestão de equipes.	
Conhecimentos:	
Estilos de liderança; Liderança situacional; Inteligência emocional; Comunicação; Gestão de equipes; Diversidade; Sustentabilidade.	
Bibliografia:	
Bennis, W. A Essência do Líder. Editora Campus, 2010. Crainer, Stuart; Dearlove, Des. Gestão: como envolver e motivar a equipe para o sucesso. Bookman Editora, 2014. Bergamini, C. W. Liderança: a administração do sentido. Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v. 34, n. 3, p.102-114 Mai./Jun. 1994 Goleman, D. Inteligência emocional: A teoria revolucionária que define o que é ser inteligente. Rio de Janeiro: Objetiva, 1995 Scharmer, O. Teoria U - Como Liderar Pela Percepção e Realização do Futuro Emergente. Rio de Janeiro. Elsevier, 2010 Schein, E. H. Cultura Organizacional. São Paulo: Editora Atlas, 2009.	

Unidade Curricular:	CH:
1.7.GE - Tópicos de Gestão Financeira	20

Competências / Objetivos:

O objetivo da disciplina é apresentar os principais tópicos sobre gestão financeira desenvolvidos pelo mercado e promover os conhecimentos das práticas desenvolvidas pela ECT referente ao assunto.

Conhecimentos:

Noções de contabilidade: apresentar os principais conceitos envolvidos na contabilidade; Apresentar as principais Demonstrações Financeiras estabelecidas na Lei 6404/76, com ajustes promovidos pela Lei 11.638/2007, com foco nas Demonstrações Financeiras da ECT; Noções de tributos: apresentar conceitos básicos sobre tributos envolvidos na operação de logística; ISS, ICMS e IPI. Sujeito ativo e passivo. Fato gerador, base de cálculo e alíquota. Local de ocorrência do fato gerador. Principais operações fiscais na área de logística. Noções de tributos sobre receita bruta, imposto de renda e contribuição social; Noções sobre análise de investimentos: apresentar os conceitos básicos sobre análise de investimentos. Apresentar a metodologia de análise de investimentos da ECT; Noções de Custos: apresentar os conceitos básicos sobre custos. Será tratado a precificação de produtos e serviços no modelo adotado pela ECT; Noções de Orçamento: apresentar os conceitos básicos sobre orçamento empresarial. Apresentar os modelo de orçamento estabelecido para ECT; Noções de atividades de Tesouraria. Apresentar os conceitos básicos sobre atividade de tesouraria. Apresentar as atividades básicas de Tesouraria desenvolvidas pela ECT.

Bibliografia:

IUDÍCIBUS, S.; MARTINS, E.; GELBCKE, E. R.; Santos, A. Manual de Contabilidade Societária: Aplicável a todas as Sociedades de acordo com as Normas Internacionais e do CPC. Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras. FINECAFI. 1ª. Ed. São Paulo. Editora Atlas, 2010

OLIVEIRA, Luís Martins et alli. Manual de contabilidade tributária. São Paulo: Atlas, 2005.

MARTINS, Eliseu. Contabilidade de custos. 8. ed. São Paulo. Atlas, 2003.

GITMAN, Laurence J. Princípios de administração financeira. São Paulo: Harbra.

WELSCH, Glen. Orçamento empresarial. 4. ed. São Pulo: Atlas, 1983.

GIACOMONI, James. Orçamento público. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

Borges, Humberto Bonavides. Manual de Procedimentos Tributários. São Paulo, Atlas, 2009.

Machado, Hugo de Brito. Aspectos Fundamentais do ICMS. São Paulo, Dialética, 1997.

Unidade Curricular:	CH:
1.8.GE - Metodologia da Pesquisa Científica	20
Competências / Objetivos:	
Esta disciplina propõe-se a instrumentalizar os participantes do curso de pós-graduação Gestão de Negócios dos Correios com os principais fundamentos da metodologia, do problema a ser investigado à respectiva solução, a fim de que possam elaborar projetos de pesquisa aplicados ao ambiente de negócios dos Correios.	
Conhecimentos:	
Aplicabilidade da pesquisa científica em ambientes de negócio. Tipos de conhecimento: popular, filosófico, teológico e científico. O que é metodologia científica. O que é pesquisa? Competências demandadas de um pesquisador. Como formular problemas de pesquisa? Classificação da pesquisa de acordo com a área de conhecimento, a finalidade, os objetivos e os métodos empregados. Delineamento dos principais tipos de pesquisa. O que compõem um projeto de pesquisa e como elaborá-lo: fases e descrição das mesmas.	
Bibliografia:	
GIL, Antonio Carlos. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2010. GERHARDT, Tatiana Engel e SILVEIRA, Denise Tolfo. Métodos de pesquisa. Coordenação: Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e Curso de Graduação Tecnológica – Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. MARCONI, Marina de Andrade e LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos de metodologia científica. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2003.	

Unidade Curricular:	CH:
2.1.GE - Projeto Integrador	24
Competências / Objetivos:	
A disciplina destina-se a desenvolver o trabalho em equipe, a colaboração, a integração, o empreendedorismo e o espírito inovador dos participantes, competências essenciais aos profissionais na atual dinâmica da competitividade mundial e do mundo corporativo, a partir de projetos multidisciplinares e aplicados ao contexto de negócios dos Correios.	
Conhecimentos:	
Análise da cadeia de valor. Integração entre processos de negócio. Integração entre serviços postais. Integração entre sistemas corporativos. Integração entre plataformas postais físicas e digitais. Integração entre unidades estratégicas de negócios. Propostas de soluções inovadoras para os mercados postais brasileiro e internacional, elaboradas por meio da abordagem Business Model Generation – BMG ou Design Thinking.	
Bibliografia:	
VIANNA e SILVA, Maurício Jose et al. Design Thinking: inovação em negócios. 1 ed. Rio de Janeiro: MJV Press, 2012. D'EMIDIO, Tony, DORTON, David and DUNCAN, Ewan. Service Innovation in a Digital World. McKinsey and Company, 2015. Site sobre a Canvas: http://canvabrazil.blogspot.com.br/p/meu-primeiro-modelo-de-negocios-canvas.html	

Unidade Curricular:	CH:
----------------------------	------------

2.2.GE - Contratação e Gestão de Contratos	16
<p>Competências / Objetivos:</p> <p>O objetivo desta disciplina é apresentar política e diretrizes relativas aos processos de contratação de bens, materiais e serviços para os Correios, destacando-se a importância do planejamento e a eficiência do modelo de contratação e de gestão contratual vigente (Lei 8.666/93) e o instituído pela Lei 13.303/16 – Estatuto Jurídico das Estatais. Será feita uma análise geral e estratégica sobre os principais dispositivos das Leis que versam sobre a contratação e gestão de contratos e a aplicabilidade destes nos Correios.</p>	
<p>Conhecimentos:</p> <p>Planejamento da contratação, regras gerais de licitações e os contratos; normas específicas para obras e serviços, aquisição e alienação de bens; normas específicas que regem o procedimento licitatório das estatais; bem como normas sobre a formalização, a alteração e as sanções administrativas aplicáveis aos contratos serão os destaques desta disciplina e os estudos serão realizados a partir das normas legais, internas e documentos padronizados. O tema possui abrangência nacional, especialmente no âmbito das Empresas Estatais.</p>	
<p>Bibliografia:</p> <p>Lei 8.666/93 – Lei Geral de Licitações e Contratos. Lei 13.303/16 – Estatuto Jurídico das Estatais. Relatório Técnico-GT/PRT/PRESI-150/2016, de 18/07/2016. Manual de Licitação e Contratação – MANLIC. MENDES, Renato Geraldo. Está em vigor a nova lei das empresas estatais (Lei 13.303/2016)? Fonte: http://www.zenite.blog.br/esta-em-vigor-a-nova-lei-das-empresas-estatais-lei-13-30316. Acesso em: 30 ago. 2016. NIEBUHR, Joel de Menezes. Aspectos Destacados do Novo Regime de Licitações e Contratações das Estatais. Fonte: http://www.direitodoestado.com.br/colunistas/joel-de-menezes-niebuhr/aspectos-destacados-do-novo-regime-de-licitacoes-e-contratacoes-das-estatais. Acesso em: 13 set. 2016. OLIVEIRA, Rafael Carvalho Rezende. As licitações na Lei 13.303/2016 (Lei das Estatais): mais do mesmo? Fonte: http://www.direitodoestado.com.br/colunistas/rafael-carvalho-rezende-oliveira/as-licitacoes-na-lei-133032016-lei-das-estatais-mais-do-mesmo. Acesso em: 13 set. 2016. REGO, Vital do. Lei das Estatais. http://portal.tcu.gov.br/imprensa/noticias/ministro-do-tcu-faz-consideracoes-sobre-a-lei-das-estatais.htm. Acesso em: 13 set. 2013.</p>	
<p>Unidade Curricular:</p> <p>3.1.GE - Trabalho de Conclusão do Curso</p>	<p>CH:</p> <p>40</p>
<p>Competências / Objetivos:</p> <p>A disciplina objetiva propiciar ao aluno oportunidades de desenvolver um trabalho teórico e/ou prático, aplicado ao contexto de negócios dos Correios, pautado nas teorias e experiências vivenciadas no decorrer do curso, sob a orientação de um professor, que deverá acompanhar as diversas etapas da produção do TCC.</p>	
<p>Conhecimentos:</p> <p>A importância do TCC. Orientação quanto à elaboração do projeto de TCC, o que abrange: definição e delimitação do tema, aplicabilidade do tema para os Correios, escolha do orientador, revisão bibliográfica. Estrutura do trabalho: contextualização, objetivos, justificativa, problema a ser tratado, contexto da pesquisa, método de coleta e análise de dados, resultados esperados, cronograma e referências bibliográficas. Referenciais ABNT para a elaboração de trabalhos</p>	

científicos. Apresentação da proposta de TCC: revisão e contribuição dos pares.

Bibliografia:

ABNT NBR 14724:2011 – Padroniza a elaboração de trabalhos acadêmicos.
GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atals, 2010.
YIN, R. K. Estudo de Caso: Planejamento e Métodos. 4 ed. Porto Alegre: 2010.
ABNT NBR 6023:2002 – Padroniza a elaboração de referências.

Unidade Curricular:

2.3.EP - Planejamento e Estratégia dos Negócios

CH:

20

Competências / Objetivos:

Capacitar e instrumentalizar o aluno para desenvolver um Plano Estratégico de Negócio, considerando o ambiente competitivo e as ações estratégica de Marketing, desde a concepção e o lançamento de um produto até a adoção de alterações no mix de marketing de uma empresa.

Conhecimentos:

O plano estratégico da empresa. Planejamento e controle de resultados. Análise de ambiente de negócio. Análise de concorrência. Definição do Negócio. Estratégias competitivas. Estabelecimento dos objetivos-chave ou objetivos estratégicos. Elaboração de planos de ação e alocação de recursos. Medição e avaliação do desempenho.

Bibliografia:

CHIAVENATO, Idalberto; SAPIRO, Arão. Planejamento estratégico. 2ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2009.
NIVEN, Paul. R. Revelações para o planejamento estratégico: O Caminho para o Sucesso nos Negócios. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2009.
ANSOLF, H. Igor; MCDONNELL, Edward J. Implantando a administração estratégica. São Paulo: Atlas, 2003.

Unidade Curricular:

2.4.EP - Marketing e Vendas

CH:

24

Competências / Objetivos:

Apresentar os principais conceitos e ferramentas de marketing e vendas, que possam subsidiar o desenvolvimento do planejamento alinhado aos objetivos corporativos da Organização, visando direcionar os esforços para o alcance de metas previamente estabelecidas.

Conhecimentos:

Conceitos de marketing e vendas; processos de cadeia e entrega de valor; ferramentas de análise de mercado e concorrência; estabelecimento de metas de marketing e vendas; formulação e implementação de estratégias competitivas de marketing e vendas; elementos do planejamento de marketing e vendas; identificação de mercados consumidores; segmentação e posicionamento estratégico; técnicas de coletas de dados; ciclo de vida de produtos e serviços; relação da funcionalidade do marketing com a estratégia e; marketing socialmente responsável.

Bibliografia:

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006; 12ª edição.

PORTER, Michael E. Estratégia Competitiva. Técnicas para análise de indústrias e da concorrência. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004 – 3ª Reimpressão.

Unidade Curricular:	CH:
2.5.EP - Gestão da Produção e Operações	40
Competências / Objetivos:	
Possibilitar a compreensão da importância estratégica da função de produção para um negócio e habilitar o aluno a tomar decisões profissionais para a implantação de unidades de produção. Proporcionar o estudo do planejamento, operação e controle do sistema de administração da produção, familiarizando os discentes as modernas tecnologias e da gestão de qualidade nesta área.	
Conhecimentos:	
Conceitos atuais de Administração da Produção. A contribuição estratégica da função de produção para o negócio. Planejamento e controle das operações de produção. Métodos de programação da produção. Controles de qualidade e produtividade de processos industriais. Gestão da manutenção de sistemas produtivos. O desenvolvimento de uma análise da área operacional tem se tornado cada vez mais importante no ciclo de vida dos produtos e serviços. Realizar um diagnóstico do processo produtivo organizacional pode se tornar um diferencial estratégico das empresas contemporâneas.	
Bibliografia:	
SLACK, Nigel et al. Administração da Produção. 2ª. Ed. São Paulo: Atlas, 2009. CORRÊA, Henrique L; CORRÊA, Carlos A. Administração de Produção e Operações. São Paulo: Atlas, 2004. FITZSIMMONS, J. A. e FITZSIMMONS, M.J. Administração de Serviços. Porto Alegre: Bookman, 2010. GIANESI, I. G. N. e CORRÊA. H. L. Planejamento, Programação e Controle da Produção: MRPII/ERP. 2a ed. São Paulo: Atlas, 2007. BALLESTERO, Alvarez, M. E. Gestão de Qualidade, Produção e Operações. São Paulo: Atlas, 2010. HOOP, W. J. e SPEARMAN, M. L. A Ciência da Fábrica. 3ª Ed. Porto Alegre: Bookmann, 2013.	

Unidade Curricular:	CH:
2.6.EP - Gestão da Qualidade	30
Competências / Objetivos:	
Repassar e desenvolver os conceitos atuais associados à Gestão da Qualidade, mediante uma proposta sistêmica, integrando a história dessa disciplina com conhecimentos aplicados, atualmente. Das raízes da Qualidade Total, passando pelo PNQ (Programa Nacional da Qualidade) até os sistemas de gestão da qualidade atuais, como o Lean Six Sigma, o Modelo de Excelência da Gestão e as normas ISO. Aliar os conhecimentos às práticas de Qualidade, mediante o uso de dados quantitativos e qualitativos, desenvolvendo os participantes para atuarem como Gestores de Melhoria da Qualidade (Solucionadores de Problemas), habilitando-os para planejamento, implementação e melhoria de processos de qualidade, mediante o uso de ferramentas da qualidade.	
Conhecimentos:	
Um pouco da história da qualidade, no mundo e no Brasil: conceitos e evolução teórica; Os principais modelos e suas evoluções; A Gestão da Qualidade e as Normas Técnicas ISO e o SGI	

(Sistema de Gestão Integrada); Introdução à Estatística Aplicada e Noções de Probabilidade; Controle Estatístico de Processos; O Modelo Lean Six Sigma; Do Ciclo PDSA ao PDCA; As Sete Ferramentas do Controle da Qualidade; Solução de Problemas; 5S; Introdução ao Mapeamento e Modelagem de Processos e o BPM (Business Process Management); Indicadores de Desempenho e Qualidade; Introdução ao Kaizen; Competências de um Gestor da Qualidade.

Bibliografia:

ABNT - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR ISO 9000, Sistema de Gestão da Qualidade - Fundamentos e Vocabulário. Rio de Janeiro, 2015.

ABNT - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR ISO 9001, Sistema de Gestão da Qualidade - Requisitos. Rio de Janeiro, 2015.

ABNT - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR ISO 9004, Gestão para o Sucesso Sustentado de uma Organização - Uma Abordagem da Gestão da Qualidade. Rio de Janeiro, 2010.

ABPMP Brazil. BPM CBOK - Guia para o Gerenciamento de Processos de Negócio Corpo Comum de Conhecimento - Versão 3.0. 1 ed. São Paulo: ABPMP Brazil, 2013.

BALLÉ, Michael; BALLÉ, Freddy. Liderar com Respeito: Uma Prática Lean em Romance. São Paulo: Lean Institute Brasil, 2015.

FALCONI, Vicente . TQC - Controle da Qualidade Total (no estilo japonês). 9 ed. Nova Lima: FALCONI, 2004.

FNQ - FUNDAÇÃO NACIONAL DA QUALIDADE. #12 - Ferramentas de Gestão. Disponível em: <<http://fnq.org.br/informe-se/publicacoes/e-books>>. Acesso em: set. de 2016.

FNQ - FUNDAÇÃO NACIONAL DA QUALIDADE. #13 - Satisfação do Cliente. Disponível em: <<http://fnq.org.br/informe-se/publicacoes/e-books>>. Acesso em: set. de 2016.

FNQ - FUNDAÇÃO NACIONAL DA QUALIDADE. #6 - Gestão por Processos. Disponível em: <<http://fnq.org.br/informe-se/publicacoes/e-books>>. Acesso em: set. de 2016.

FNQ - FUNDAÇÃO NACIONAL DA QUALIDADE. Modelo de Excelência da Gestão. Disponível em: <<http://fnq.org.br/informe-se/publicacoes/e-books>>. Acesso em: set. de 2016.

FNQ - FUNDAÇÃO NACIONAL DA QUALIDADE. Sistemas de Gestão. Disponível em: <<http://fnq.org.br/informe-se/publicacoes/e-books>>. Acesso em: set. de 2016.

HUNTZINGER, Jim. As raízes do lean. 2005. Disponível em: <http://www.lean.org.br/comunidade/artigos/pdf/artigo_97.pdf>. Acesso em: out. de 2013.

JURAN, J.M. Planejamento para a Qualidade. 2 ed. São Paulo: Pioneira, 1990.

LIKER, Jeffrey K. FRANZ, James K. O modelo Toyota de melhoria contínua: estratégia + experiência operacional = desempenho superior. Porto Alegre: Bookman, 2013.

LIKER, Jeffrey K. O modelo Toyota: 14 princípios de gestão do maior fabricante do mundo. Porto Alegre: Bookman, 2005.

ORTIZ, Chris A. Kaizen and Kaizen Event Implementation. Boston: Pearson Education, 2009

PYZDEK, Thomas; KELLER, Paul. O Seis Sigma: Guia do Profissional. Um Guia Completo para Green Belts, Black Belts e Gerentes de Todos os Níveis. 3 ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.

SENGE, Peter M. A Quinta Disciplina: A Arte e Prática da Organização que Aprende. São Paulo: BestSeller, 2013.

SHOOK, John. Gerenciamento para o aprendizado: usando o processo de gestão A3 para resolver problemas, promover alinhamento, orientar e liderar. São Paulo: Lean Institute Brasil, 2014.

SPEAR, Steven; BOWEN, H. Kent. Decodificando o DNA do Sistema Toyota de Produção. Harvard Business Review. Ed. setembro/outubro de 1999.

<p>Unidade Curricular:</p> <p>3.2.EP – Georreferenciamento</p>	<p>CH:</p> <p>20</p>
<p>Competências / Objetivos:</p> <p>Compreender a importância do Geoprocessamento e Roteirização aplicados aos processos logísticos. Aprender como utilizar a base de dados de Geoprocessamento para obter eficácia da</p>	

gestão organizacional utilizando técnicas gerenciais para o desenvolvimento do pensamento estratégico através de situações organizacionais, considerando os atuais cenários e tendências setoriais.

Conhecimentos:

Geoprocessamento. Latitude e Longitude. Sistemas de Coordenadas. GPS: Conceito, uso, aplicações, técnicas de amostragem. Cartas geográficas: Conceito, aplicação e usos. Levantamento geográfico e meio ambiente. Logística territorial. Determinação das Rotas. Teoria das localidades centrais. Modalidades de transporte e sua utilização competitiva de acordo com os tipos de carga, distância e tempo. Roteirização e controle de frotas. Importância dos Canais de Distribuição na distribuição física de Produtos. A importância dos pontos de entrega e da logística de “última milha” para Canais de Distribuição. Panorama sobre sistemas de rastreamento, monitoração e roteirização de veículos. Sistemas de rastreamento de veículos. Gestão de risco. Sistemas de informação geográfica (SIG/GIS). Mapas digitais. Case: sistema de rastreamento, monitoração e roteirização de veículos em empresa de transporte rodoviário de cargas.

Bibliografia:

FITZ, Paulo Roberto. Geoprocessamento sem Complicação. Oficina de Textos. 1ª ed. 2008.
SILVA, Reginaldo Macedonio. Introdução ao geoprocessamento: conceitos, técnicas e aplicações. Rio Grande do Sul: FEEVALE, 2007.
GARCIA, Monika Christina Portella. A aplicação do sistema de informações geográficas em estudos ambientais. Curitiba: InterSaberes, 2014.
VITORINO, Carlos Márcio. Gestão de Transporte e Tráfego. São Paulo, Pearson 2015.
CÂMARA, G., DAVIS, C. e MONTEIRO, A.M.V. Introdução à Ciência da Geoinformação. Disponível para download em <http://www.dpi.inpe.br/gilberto/livro/introd/>
HELTON, Nogueira Uchoa; PAULO, Roberto Ferreira. Geoprocessamento com Software Livre (versão 1.0).

Unidade Curricular:

3.3.EP - Gestão e Desenvolvimento de Produtos

CH:

20

Competências / Objetivos:

O objetivo desta disciplina é capacitar os gestores e formatadores de produtos a gerir e aprimorar, seja pela melhoria, inclusão ou exclusão de produtos, o portfólio de produtos dos Correios.

Conhecimentos:

Introdução à gestão do processo de desenvolvimento de produtos e modelo unificado do PDP. Modelo de PDP: atividades genéricas; planejamento estratégico de produtos; planejamento de produto; projetos informacional, conceitual e detalhado; preparação da produção e lançamento do produto; acompanhamento e descontinuidade do processo e processos de apoio.

Bibliografia:

ECT/VILOG/DEPEN. Guia GPM. Versão 4.0: Brasília: DEPEN, 2015.
ECT/VILOG. Manual de Negócios – MANNEG. Brasília: VILOG 2015.
ALMEIDA, Norberto. Gerenciamento de Portfólio. 1ª. Ed. Rio de Janeiro: Brasport, 2011 Editora Brasport – 2011.
AMARAL, Daniel Capaldo (orgs.) et al. Gestão de desenvolvimento de produtos. 1ª ed. São Paulo: Saraiva, 2006.
GOBE, Antônio Carlos.. Gerência de produtos. 1ª ed. São Paulo: Saraiva, 2009.
HENRIQUE ROZENFELD. Gestão de Desenvolvimento de Produtos: Uma Referência para a Melhoria do Processo. 1ª.Ed.Saraiva, 2011.

CHURCHILL, G. A.; PETER, J. P. Marketing: Criando valor para o clientes. São Paulo: Ed. Saraiva 2000. 626p.
 KOTLER, P. Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados. São Paulo: Ed. Futura 1999. 305p.
 KAHN, K. B.; CASTELLION, G.; GRIFFIN, A. PDMA Handbook of New Product Development, 3rd Edition. Hoboken: Wiley, 2012.

Unidade Curricular:	CH:
3.4.EP - Gestão de Vendas	20

Competências / Objetivos:

O objetivo desta disciplina é, a partir do planejamento estratégico da empresa e por consequência do plano de marketing, discutir os fundamentos essenciais de vendas como base para definição e implementação de um modelo de gestão do relacionamento com os clientes e de gestão da força de vendas mais adequados ao atingimento dos objetivos da empresa, alinhado às estratégias definidas e ao plano de vendas proposto para um determinado ciclo de planejamento.

Conhecimentos:

Introdução à gestão de vendas – a convergência entre marketing e vendas; Etapas do processo de vendas – tipos e características; O processo de decisão de compras - B2C e B2B; Gestão das equipes de vendas – estrutura e modelo de gestão, recrutamento, seleção, capacitação, remuneração e recompensas; Planejamento de vendas – previsão de vendas e desenvolvimento de orçamentos; Acompanhamento e avaliação de resultados; A gestão estratégica de clientes (contas-chave) – análise de portfólio de clientes, segmentação, formação da equipe de KAM, formação de carteiras, plano de gestão do cliente especial, indicadores de desempenho e sistema de informação.

Bibliografia:

ALVAREZ, F. J. S. M.; CARVALHO, M. R. Gestão eficaz da equipe de vendas. São Paulo: Saraiva, 2008.
 ALVAREZ, FRANCISCO J S M - O modelo de gerência de contas especiais: um estudo exploratório em instituições financeiras no Brasil - São Paulo, 2004 p134-140; 191-193.
 ALVAREZ, FRANCISCO J S M – Gestão estratégica de clientes - São Paulo: Saraiva, 2015. 200 p.
 CAPON, N. Key Account Management and planning: the comprehensive handbook for managing your compan's most important strategic asset. New York: The Free Press, 2001.
 DAY, G. S. A empresa orientada para o mercado: compreender, atrair e manter clientes valiosos. Porto Alegre: Bookman, 2001.
 JONES, ROGER E.: The Account Manager's Pocketbook : Management Pocketbook, 2010. 106 p.
 LOVELOCK, C.; WRIGHT, L. Serviços: Marketing e Gestão. São Paulo: Saraiva, 2001.
 MAGRETTA, JOAN – Entendendo Michael Porter: O guia essencial da competição e estratégia – São Paulo, HSM Editora, 2012.
 McDONALD, MALCOLM. WOODBURN, DIANA. Key Account Management: The Definitive Guide: 2011 p207-256.
 MINTZBERG, HENRY. QUINN, JAMESB. - O Processo da Estratégia: Porto Alegre: Bookman, 2001. p19-83.
 SPIRO, R.; RICH, G. A.; STANTON, W. J. Gestão da força de vendas. 12. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2009.
 WHITELEY, R. C. A empresa totalmente voltada para o cliente: do planejamento à ação. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

Unidade Curricular:	CH:
3.5.EP - Processos Operacionais	60
Competências / Objetivos:	
Conhecer os subsistemas de tratamento, encaminhamento e distribuição postais; compreender os fundamentos e princípios aplicados ao processo operacional.	
Conhecimentos:	
Abordagem Sistêmica do processo produtivo dos Correios – Postagem à entrega; Triagem, Expedição e Encaminhamento de carga; Entrega domiciliária de objetos.	
Bibliografia:	
Lei nº 6538/78 - Legislação Postal Manual de Encaminhamento - MANENC Manual de Transporte - MANTRA Manual de Distribuição - MANDIS Manual de Organização - MANORG Plano Diretor de Distribuição Guias de Otimização - Projetos Sistema de Melhorias de CDD, de CEE e de Unidades de Tratamento. GPAC – gestão da produtividade aplicada aos Correios com ênfase em Engenharia da Produção – Teoria das restrições.	

Unidade Curricular:	CH:
2.3.LG - Logística Empresarial (Introdução)	24
Competências / Objetivos:	
Apresentar aos alunos os conceitos básicos, promovendo requisitos de habilitação técnica para decisões em logística, habilitando o egresso a identificar tais conceitos, relacioná-los entre si e aplicá-los em suas realidades organizacionais.	
Conhecimentos:	
Conceitos de Logística Empresarial. Conceitos de Supply Chain Management. Oportunidades em SCM. Serviço ao Cliente em SCM. Produção e Logística. Fluxo logístico. Lead time do cliente. Lead time da produção. Logística no Brasil. Operador Logístico no Mundo e no Brasil. Comércio e Manufatura. Legislação sobre logística no Brasil. Logística Internacional.	
Bibliografia:	
BALLOU, Ronald, H. Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos; Planejamento, Organização e Logística Empresarial. 4ª Edição. Bookman: São Paulo, 2001. BOWERSOX, Donald J. CLOSS, David J. Logística Empresarial: o Processo de Integração da Cadeia de Suprimento. Atlas: São Paulo, 2001. FLEURY, Paulo F. WANKE, Peter. FIGUEIREDO, Kleber F. (ORG). Logística Empresarial: A Perspectiva Brasileira. Editora Atlas: São Paulo, 2000. KEEDI, Samir. Logística de Transporte Internacional: Veículo Prático de Competitividade. São Paulo: Aduaneiras, 2001. NOVAES, Antonio G. Logística e Gerenciamento da Cadeia de Distribuição – Estratégia, Operação e Avaliação. 2ª Tiragem. Campus: Rio de Janeiro, 2001. WANKE, Peter. Logística e Transporte de Cargas no Brasil, Produtividade e Eficiência no Século XXI. Atlas: São Paulo, 2010.	

Unidade Curricular: 2.4.LG - Transporte, Distribuição e Logística Reversa	CH: 48
Competências / Objetivos: Preparar e qualificar os egressos para planejar e operar o transporte, distribuição e logística reversa nas organizações, com foco na otimização das atividades relacionadas à estruturação de processos de transporte e distribuição, gerenciamento, excelência operacional, controle de custos (custos fixos e variáveis, estrutura administrativa, e outros.), gestão do nível de serviços, envolvendo ainda aspectos de sustentabilidade ambiental.	
Conhecimentos: Modais de Transporte. Operações de Transporte. Custos de Transporte. Fatores Determinantes e Cálculo de Valor de Fretes. Avaliação de Desempenho de Serviços de Transporte. Terceirização em Transporte. Decisões sobre Modais. Tripple Bottom line da Sustentabilidade. Legislação de Transporte e Ambiental.	
Bibliografia: FLEURY, Paulo F. WANKE, Peter. FIGUEIREDO, Kleber F. (ORG). Logística Empresarial: A Perspectiva Brasileira. Editora Atlas: São Paulo, 2000. LEITE, Paulo R. Logística Reversa, Meio Ambiente e Competitividade. 2ª Edição. Pearson: São Paulo, 2012 (e-book) MENCHIK, Carlos R. Gestão Estratégica de Transportes e Distribuição. Curitiba: IESDE, 2010. NEVES, Marco A. O. Terceirização logística: vale a pena? Pesquisa aponta opinião de grandes empresas e o rumo da terceirização logística no Brasil. Revista Mundo Logística, Ed. 5, julho/agosto de 2008. NOVAES, Antônio G. Logística e Gerenciamento da Cadeia de Distribuição – Estratégia, Operação e Avaliação. 2ª Tiragem. Campus: Rio de Janeiro, 2001. RODRIGUES, Debora F. RODRIGUES, Gisela G. LEAL, José E. PIZZOLATO, Nélio, D. Logística Reversa – Conceitos e Componentes do Sistema. XXII Encontro Nacional de Engenharia de Produção Curitiba – PR, 23 a 25 de outubro de 2002. Anais . Disponível em http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2002_Tr11_0543.pdf . VALENTE, Amir M.; NOVAES, Antonio, G. VIEIRA, Heitor. Gerenciamento de Transporte e Frotas. 2ª Edição Revista. Cengage/Learning: São Paulo, 2016.	

Unidade Curricular:	CH:
2.5.LG - Gestão de Estoques e Armazenagem	16
Competências / Objetivos:	
Capacitar o aluno a planejar, executar a controlar a gestão de estoques e do fluxo físico de bens dentro armazém e nos processos inbound e outbound.	
Conhecimentos:	
Finalidade do estoque; Segmentação de estoque; Políticas de Estocagem; Estratégias de Gestão de Estoque; Padrão Descritivo de Materiais (PDM); Acuracidade; Inventário; Lote Econômico de Compra; Estatísticas para Gestão; Custos de Estoque e Armazenagem; Movimentação Interna; KPIs.	
Bibliografia:	
BALLOU, Ronald, H. Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos; Planejamento, Organização e Logística Empresarial. 4ª Edição. Bookman: São Paulo, 2001.	
FENILLI, Renato R. Gestão de Materiais. ENAP: Brasília, 2015. (fornecido pelo professor) – (e-book)	
GARCIA, Eduardo, S. REIS. Leticia, M. T. V.; MACHADO, Leonardo, R.; FILHO, Virgilio, José M. F.F. Gestão de Estoques: Otimizando a Logística e a Cadeia de Suprimentos. E-PAPERS: Rio de Janeiro, 2006. (e-book)	
GASNIER, Daniel G. A Dinâmica dos Estoques. Guia Prático para Planejamento, Gestão de Materiais e Logística.3ª Edição. Imam: São Paulo, 2008.	
HENRIQUES, José T. P. Administração de Materiais. e-book fornecido pelo professor, 2014.	

Unidade Curricular:	CH:
2.6.LG - Custos logísticos	20
Competências / Objetivos:	
Permitir que os egressos tenham condições de identificar e gerenciar todos os custos envolvidos em operações logísticas, buscando sua otimização em harmonia com a manutenção do nível de serviço ao cliente, garantindo assim o máximo de retorno às organizações.	
Conhecimentos:	
Custo de Aquisição. Custos de estocagem. Custos de Transporte. Custos de Distribuição. Custos da Logística Reversa. Custos do Erro. Custos dos Riscos. Custos Fixos. Custos Variáveis. Custos Marginais/Incrementais. Métodos de Custeio em Logística. Custo de Mercadoria Vendida (CMV). Análises Multidimensionais. Custo para Servir e EVAR. Custos Logísticos nos Correios.	
Bibliografia:	
FARIA, Ana F.; COSTA, Maria F. G. Gestão de Custos Logísticos. Atlas: São Paulo, 2005.	
GASNIER, Daniel G. A Dinâmica dos Estoques. Guia Prático para Planejamento, Gestão de Materiais e Logística.3ª Edição. Imam: São Paulo, 2008.	
NOVAES, Antônio G. Logística e Gerenciamento da Cadeia de Distribuição – Estratégia, Operação e Avaliação. 2ª Tiragem. Campus: Rio de Janeiro, 2001.	
VALENTE, Amir M.; NOVAES, Antonio, G. VIEIRA, Heitor. Gerenciamento de Transporte e Frotas. 2ª Edição Revista. Cengage/Learning: São Paulo,2016.	

Unidade Curricular:	CH:
----------------------------	------------

2.7.LG - Tecnologia Logística	12
Competências / Objetivos:	
Permitir que os egressos conheçam as principais soluções tecnológicas utilizadas em operações logísticas levando-os a adquirir competências de planejamento e aplicação de soluções tecnológicas em projetos de logística nas organizações.	
Conhecimentos:	
Sistemas de gestão de armazém. Sistemas de gestão de transporte. Sistemas de rastreamento e monitoramento. Sistemas Mobile. Big Data. Data Mining. Business Intelligence. Desafios da aplicação de TI na logística. Cases de sucesso.	
Bibliografia:	
BANZATO, Eduardo. Tecnologia da Informação Aplicada à Logística. Imam: São Paulo, 2014. ODA, Érico. MARQUES, Cícero, F. Atividades Técnicas na Operação Logística. IESDE: São Paulo, 2016 (e-book) TABORDA, Carlos. Gestão de Tecnologia e Informação na Logística. IESDE: São Paulo, 2016. (e-book).	

Unidade Curricular:	CH:
3.2.LG - Métodos Quantitativos Aplicados à Logística	36
Competências / Objetivos:	
Permitir que os egressos façam análises de operações logísticas utilizando números e dados estatísticos e matemático, conferindo maior assertividade à tomada de decisões nas organizações.	
Conhecimentos:	
Conceitos Básicos de Estatística. Estatística Descritiva. Probabilidades. Correlação. Regressão Linear. Modelos de Previsão de Demanda. Teoria das Filas. Gráficos de Controle. Método de Monte Carlo. Análise de Sensibilidade. Crystal Ball.	
Bibliografia:	
MARTINS, Gilberto A. Estatística Geral de Aplicada. 3ª Edição. Atlas: São Paulo, 1999.	

Unidade Curricular:	CH:
3.3.LG - Localização logística e Roteirização de Veículos	24
Competências / Objetivos:	
Permitir que os egressos modelem operações de transporte e localização de instalações logísticas com a utilização de ferramentas básicas de modelagem matemática.	
Conhecimentos:	
Programação Linear. Método Simplex. A Ferramenta Solver do Excel. Problemas de Transporte. Problemas de Localização. Método do Custo Mínimo. Problema do Caixeiro Viajante. Métodos heurísticos de otimização. Noções sobre programação dinâmica. Simulação. Softwares de Simulação e Modelagem. Medidas de percurso e de tempo na malha urbana. Aproximações. Problemas de distância.	

Bibliografia:

LACHTERMACHER, Gerson. Pesquisa operacional na tomada de decisões. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007
MOREIRA, Daniel Augusto. Pesquisa operacional: curso introdutório. São Paulo: Thomson Learning, 2007.
RAGSDALLE, Cliff, Modelagem de Planilha e Análise de Decisão. Cengage Learning: São Paulo, 2015.
STEWART, James. Cálculo. 5. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003

Unidade Curricular:

3.4.LG - Gestão de Frotas

CH:

24

Competências / Objetivos:

Permitir que os alunos conheçam as mais modernas técnicas de dimensionamento, operação e manutenção de frotas de veículos rodoviários.

Conhecimentos:

Dimensionamento de frotas. Especificação e avaliação de veículos. Operação de frotas. Previsão de custos operacionais. Controles de Custos Operacionais. Manutenção. Substituição. Inovações tecnológicas.

Bibliografia:

GIMENES, Daniela N.; GIMENES, Eron. V. Coletânea de Legislação de Trânsito. Edipro: São Paulo, 2013 (atualizações na web)
Portal Guia do TRC. Disponível em http://www.guiadotrc.com.br/Gestao_Frotas/artigos_tecnicos.asp.
VALENTE, Amir M.; NOVAES, Antonio, G. VIEIRA, Heitor. Gerenciamento de Transporte e Frotas. 2ª Edição Revista. Cengage/Learning: São Paulo, 2016.

Unidade Curricular:

3.5.LG - Logística Internacional e Aduaneira (comércio exterior)

CH:

12

Competências / Objetivos:

Capacitar o aluno a entender questões fundamentais do transporte internacional incluindo aspectos legais e comerciais que devem ser considerados no planejamento e operação da logística internacional.

Conhecimentos:

Modais de transporte. Procedimentos aduaneiros de importação. Procedimentos aduaneiros de exportação. Regimes de Importação. Regimes de Exportação. Incoterms. Transporte Rodoviário Internacional de Cargas.

Bibliografia:

KEEDI, Samir. Logística de Transporte Internacional: Veículo Prático de Competitividade. São Paulo: Aduaneiras, 2001.
MENCHIK, Carlos R. Gestão Estratégica de Transportes e Distribuição. Curitiba: IESDE, 2010.
CARLUCI, José Lence Carluci. Uma Introdução ao Sistema Aduaneiro. São Paulo: Aduaneiras, 1996.

DOLINGER, Jacob. Direito Internacional Privado. 5a . Rio de Janeiro: Renovar, 1.997.

Unidade Curricular:	CH:
3.6.LG - Logística Tributária	12
Competências / Objetivos:	
Capacitar o aluno a entender questões fundamentais do direito tributário e os pontos que devem ser considerados no planejamento e operação de operações logísticas.	
Conhecimentos:	
Sistema Tributário Nacional e suas diretrizes. As Espécies tributárias. Tributação e benefícios Fiscais Estaduais e Municipais - Tributação nas operações de transportes e armazenagem - Tributação na Importação. Portos Secos - Ex-tarifários - ICMS-importação - IPI – importação. PIS-COFINS – Importação. Substituição tributária. Tributação monofásica e Regimes Especiais - Substituição tributária nas operações em Centros de Distribuição. PIS e COFINS monofásicos nas operações em CDS. Regimes Tributários Especiais. Armazém Geral. Filial de Cliente. SPED, CT-e, MDF-e etc. Documentação tributária.	
Bibliografia:	
BARSANO, Paulo R. ADRIANO, Gerry, M. OLIVEIRA, José L. F. Tributação e Legislação Logística. Editora Érica: São Paulo, 2014. MORAES, Milton. H. SOUZA, F. A. Logística Tributária e Fiscal: Aspectos Fiscais e Tributários no Cotidiano das Operações Logísticas. MAG: São Paulo, 2016. SENADO FEDERAL. Código Tributário Nacional, Lei nº 5.172/1966 e Legislação Correlata. Fornecido pelo professor. SABBAG, EDUARDO. Manual do Direito Tributário. Editora Saraiva, São Paulo, 2016.	

Unidade Curricular:	CH:
3.7.LG - Tópicos Especiais em Logística	12
Competências / Objetivos:	
Introduzir ao aluno temas transversais essenciais à prática de uma logística moderna e competitiva.	
Conhecimentos:	
Supply Chain Operations Reference (SCOR); Customer Chain Operations Reference (CCOR); Abordagem Lean na Logística; Seis Sigma na Logística. Comércio Eletrônico; Tendências Sociais & Tecnológicas em Logística.	
Bibliografia:	
APICS. SCOR. Manual do SCOR. (fornecido pelo professor) BOLSTORFF, Peter. ROSENBAUM, Robert. Supply Chain Excellence, A Handbook for Dramatic Improvement Using the SCOR Model. 2ª Edição. Amacom: Nova York, 2007. TABORDA, Carlos. CASARIN, Nadiesca. Tópicos Especiais em Logística Integrada. IESDI: São Paulo (ebook). VALENTE, Amir M.; NOVAES, Antônio, G. VIEIRA, Heitor. Gerenciamento de Transporte e Frotas. 2ª Edição Revista. Cengage/Learning: São Paulo, 2016.	

Unidade Curricular:	CH:
----------------------------	------------

2.3.VJ - Ambiente Econômico e Gestão Estratégica do Varejo	32
<p>Competências / Objetivos:</p> <p>O objetivo da disciplina é contextualizar o varejo dentro da economia analisando como ele pode ser impactado pela mesma, bem como fornecer um conjunto de conceitos e ferramentas que possibilitam a realização dessa análise.</p>	
<p>Conhecimentos:</p> <p>Estratégia e Gestão Empresarial Aplicadas ao Varejo (com estratégia comercial). Economia, Cenários Econômicos e Consumo (mercado de varejo e de bens de serviço no Brasil e no mundo - outros Correios). Conceitos de estratégia e vantagem competitiva. Teorias e ferramentas que fundamentam a análise do ambiente externo e interno para formulação e avaliação da estratégia varejista. A variabilidade do desempenho empresarial e o conceito de vantagem competitiva. A visão baseada em recursos da estratégia e a análise interna integrada com a análise externa para formulação e validação da estratégia. Planejamento Estratégico x Plano de Negócios.</p>	
<p>Bibliografia:</p> <p>KOTLER, Philip, and Kevin L. Keller. Administração de marketing a bíblia do marketing. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012. Print.</p> <p>PARENTE, juracy. Varejo no Brasil: Gestão e Estratégia. São Paulo: Atlas, 2000.</p> <p>GANES, Irineu G. N.; CORRÊA, Henrique Luiz. Administração Estratégica de Serviços: Operações para a Satisfação do Cliente. São Paulo: Atlas, 1994.</p> <p>ANGELO, C. F.; SILVEIRA, J.A.G. Série Varejo Competitivo. São Paulo: Atlas, 1993 a 2001.</p> <p>LEVY, M. & WEITZ, B. A Administração de Varejo. Atlas. São Paulo, 2000.</p>	

<p>Unidade Curricular:</p> <p>2.4.VJ - Aspectos Jurídicos Aplicados ao Varejo</p>	<p>CH:</p> <p>16</p>
<p>Competências / Objetivos:</p> <p>O objetivo desta unidade curricular é possibilitar ao discente conhecimento técnico, científico, doutrinário e prático acerca da teoria geral dos contratos e das relações de consumo.</p>	
<p>Conhecimentos:</p> <p>Teoria Geral dos Contratos: princípios gerais do contrato. Elementos do contrato. Requisitos de validade e eficácia do contrato. Cláusulas obrigatórias em contratos comerciais. Relações de consumo: natureza das relações de consumo, inversão do ônus da prova e hipossuficiência. Responsabilidade civil do fornecedor no Código de Defesa do Consumidor.</p>	
<p>Bibliografia:</p> <p>GONÇALVES, Carlos Roberto. Direito civil brasileiro. V. 3, 13. ed., São Paulo: Saraiva, 2016.</p> <p>MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe; BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcellos. Manual de direito do consumidor. 7ed. São Paulo: RT, 2016.</p> <p>MARQUES, Claudia Lima; BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcellos; MIRAGEM, Bruno. Comentários ao código de defesa do consumidor. 4ed. São Paulo: RT, 2013.</p> <p>PAMPLONA FILHO, Rodolfo; GAGLIANO, Pablo Stolze. Novo curso de direito civil – contratos teoria geral. V. 4, T. I., 12. ed., São Paulo: Saraiva, 2016.</p> <p>PAMPLONA FILHO, Rodolfo; GAGLIANO, Pablo Stolze. Responsabilidade civil. V. 3, 14. ed., São Paulo: Saraiva, 2016.</p>	

Unidade Curricular:	CH:
----------------------------	------------

2.5.VJ - Novas Tecnologias Aplicadas ao Varejo (e-commerce)	16
<p>Competências / Objetivos:</p> <p>Apresentar aos participantes os sistemas de informação atuais utilizados no comércio de varejo, incluindo o e-commerce. Introduzir os novos modelos tecnológicos emergentes e vigentes para a gestão de varejo em software e hardware. Demonstrar a importância do uso da tecnologia aliada à informação para a gestão do comércio de varejo em lojas físicas na modalidade e-commerce, bem como as vantagens do uso destas tecnologias.</p>	
<p>Conhecimentos:</p> <p>Tecnologia da informação aplicada ao varejo. Sistemas de informação para vantagens estratégicas. Noções de KMS, ERP, CRM, SCM, BI. Tecnologias emergentes. Biometria. Segurança e prevenção de perdas. Assistentes móveis de compras. Controladores de tráfego. Equipamentos para pagamentos. Mobilidade. Digital signage. Interatividade. Integração de múltiplos canais de vendas. RFID. Aplicações nos negócios.</p>	
<p>Bibliografia:</p> <p>LAUDON, Kenneth C. e LAUDON, Jane P. Sistemas de Informação Gerenciais. São Paulo: Pearson-Prentice Hall. 11ª. Ed. 2015.</p> <p>LOVELOCK, Christopher, LAUREN, Wright. Serviços, Marketing e Gestão. São Paulo: Saraiva, 2001.</p> <p>TURCHI, Sandra R. Estratégias de Marketing Digital e E-Commerce. São Paulo: Atlas, 2012.</p> <p>KOTLER, Philip. Marketing 3.0 - As Forças Que Estão Definindo o Novo Marketing Centrado No Ser Humano. Rio de Janeiro: Campus, 2010.</p> <p>KOTLER, Philip. Marketing Para o Século XXI. Rio de Janeiro: Ediouro, 2009.</p>	

Unidade Curricular:	CH:
2.6.VJ - Franchising e Gestão de Franquias	24
<p>Competências / Objetivos:</p> <p>O objetivo desta disciplina é apresentar a história dos Franchising dos Correios e identificar os fatores determinantes, processos e gestão que contribuem para o sucesso do sistema de franquias.</p>	
<p>Conhecimentos:</p> <p>História do Franchising dos Correios; Diferenças entre a franquia privada e a franquia pública; Mercado brasileiro de franquias; Planejamento de canais; Estratégia e estrutura das empresas franqueadoras; Estudo de franqueabilidade; Plano de negócios em rede de franquias; gestão de processos em rede franqueada; Aspectos jurídicos na relação franqueador e franqueado; Contrato e circular de ofertas em franquias; Treinamento em redes de franquias; Planejamento de expansão e ferramenta de seleção de franqueado; Internacionalização da rede de franquias; Branding em rede de franquias; Relacionamento Franqueador X franqueado; Programa de Excelência das Franquias dos Correios (PEGFranCo).</p>	
<p>Bibliografia:</p> <p>ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANCHISING (ABF). Números do franchising: evolução do setor 2003-2013. São Paulo, 14 mai. 2013. Disponível em: http://www.portaldofranchising.com.br/numeros-do-franchising/evolucao-do-setor-de-franchising. Acesso em: 3 dez. 2014.</p> <p>BRASIL. Presidência da República. Lei nº 8.955, de 15 de dezembro de 1994. Dispõe sobre o contrato de franquia empresarial (franchising) e dá outras providências. Brasília, 15 dez. 1994. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8955.htm. Acesso em: 3 dez. 2014.</p>	

BRASIL. Presidência da República. Lei nº 11.668, de 2 de maio de 2008. Dispõe sobre o exercício da atividade de franquia postal, revoga o § 1o do art. 1o da Lei no 9.074, de 7 de julho de 1995, e dá outras providências. Brasília, 2 mai. 2008. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11668.htm. Acesso em: 3 dez. 2014.

CHERTO, Marcelo Raposo. Franchising: revolução no marketing. 3.ed. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

CRISTOFOLETTI JÚNIOR, Altino. Modelagem das Agências de Correios Franqueadas e Regulamentação da Franquia Postal. 2010.82f. Trabalho de Conclusão do Curso (MBA em Gestão de Franquias) – Fundação Instituto de Administração, São Paulo, 2010.

DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. Parcerias na administração pública: concessão, permissão, franquia, terceirização, parceria público-privada e outras formas. 9º ed. São Paulo: Atlas, 2012. p.202-207.

PEQUENAS EMPRESAS & GRANDES NEGÓCIOS. 900 franquias para investir. Guia de Franquias 2013, São Paulo: Globo, Anuário 2013/2014 edição especial, n. 11, p. 124-159.

PEQUENAS EMPRESAS & GRANDES NEGÓCIOS. 1000 franquias para investir. Guia de Franquias 2014, São Paulo: Globo, Anuário 2014/2015, n. 12, p. 122-165.

RIBEIRO, Adir et al. Gestão estratégica do franchising: como construir redes de franquias de sucesso. 2ª ed. São Paulo: DVS, 2013

SANTOS, Laís Vieira. Implantação de programas de excelência no mercado de franquias. São José dos Campos, 4 jul. 2011. Disponível em http://www.franquiaeducacional.com/artigos_sobre_franquias_de_escolas_cursos_e_treinamentos_e_o_mercado_de_franchising_implantacao_de_programas_de_excelencia_no_mercado_de_franquias.asp. Acesso em: 26 jan. 2015.

SOUZA, Marcos Gouvêa. O franchising 5.0 amadurece no Brasil. São Paulo, 21 abr. 2013. Disponível em: <http://www.gsmd.com.br/pt/artigos/momentum/o-franchising-5-0-amadurece-no-brasil>. Acesso em: 9 jan. 2015.

Unidade Curricular:	CH:
2.7.VJ - Gestão de Operações de Varejo	32
Competências / Objetivos:	
O objetivo da disciplina é elencar os processos de varejo dando foco em seu planejamento e adequação para que possam ser corretamente executados para suportar as mudanças exigidas pelo mercado e pelas áreas de vendas, principalmente nas agências. Fornecer subsídios para definições sobre localização e aspectos de logística das agências.	
Conhecimentos:	
Gestão de Operações de Canais em Varejo (Principais conceitos de gestão de loja). Localização Comercial. Análise de Pontos e Expansão em Redes de Varejo (Geomarketing) e sua relação com a localização de pontos de venda. Exemplos de aplicações de análises geográficas além da localização varejista). Pilares para desenvolver a estratégia de expansão. As fases para definição da localização de pontos de venda.	
Bibliografia:	
KOTLER, Philip, and Kevin L. Keller. Administração de marketing a bíblia do marketing. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012. Print.	
LEVY, M.; WEITZ, B. A. Administração de varejo. São Paulo: Atlas, 2000.	
RIES, Al & TROUT, Jack – Posicionamento. Editora Pioneira, Quinta Edição 181 p., 1995.	
MATTAR, F. N. - Pesquisa de Marketing - Metodologia, Planejamento, Execução e Análise. São Paulo: Atlas, 1993.	

Unidade Curricular:	CH:
3.2.VJ - Mix de Produtos e Gerenciamento de Categorias no Varejo	32
Competências / Objetivos:	
<p>O objetivo desta disciplina é, possibilitar ao aluno o acesso ao conhecimento teórico e prático necessário à gestão de empresas varejistas, discutir o varejo de loja tradicional, suas diferentes formas de segmentar as lojas, amplitude e profundidade da linha de produtos, e também o varejo sem loja, inclusive marketing direto, venda direta, venda automática e vendas on line. Descrever as principais decisões do marketing de varejo: mercado-alvo e posicionamento, produto, preço, promoção e localização.</p>	
Conhecimentos:	
<p>Decisões estratégicas do varejista na definição do mix de produtos e gestão de marcas: estratégia de sortimento e posicionamento do varejo. Categorias de produtos de consumo. Gerenciamento de categorias (árvore de decisão, processo de gerenciamento, solução, papel das categorias e foco de atuação). Critérios que auxiliam na adequada definição do mix e na gerência da linha de produtos. Gestão de Estoques e Planejamento de Sortimentos. Gestão de Produtos.</p>	
Bibliografia:	
<p>KOTLER, Philip; KELLER, Kevin. Administração de marketing. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006. COBRA, Marcos. Marketing básico: uma perspectiva brasileira. São Paulo: Atlas, 2009. LEVY, M.; WEITZ, B. A.. Administração de Varejo. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.</p>	

Unidade Curricular:	CH:
3.3.VJ - Marketing de Bens e Serviços de Varejo	40
Competências / Objetivos:	
<p>Proporcionar ao aluno o entendimento do que caracteriza um serviço, suas diferenças em relação a produtos, a importância da visão integrada das atividades de marketing, operações e recursos humanos. Discernir sobre a importância das pessoas como clientes e colaboradores. Possibilitar ao aluno entender as diferenças entre clientes – suas características, comportamentos, segmentação e processos de escolha de serviços. Entender o processo de avaliação e seleção do Mercado-alvo, estabelecer critérios de avaliação de satisfação dos clientes, programas de fidelização e etc.</p>	
Conhecimentos:	
<p>Marketing de Varejo. Marketing de Serviços. Marketing de Bens. Trade Marketing. Comportamento do Consumidor no Varejo (Pesquisa de Mercado). Marketing de Relacionamento e CRM. Recuperação de falhas em serviços.</p>	
Bibliografia:	
<p>LOVELOCK, Christopher H. WRIGHT, Lauren. Serviços: marketing e gestão. São Paulo: Saraiva, 2006. HOFFMAN, K. Douglas; BATESON, John E. G. Princípios de Marketing de Serviços. São Paulo: Pioneira-Thomson, 2003. FITZSIMMONS, James A.; FITZSIMMONS, Mona J. Administração de Serviços. Porto Alegre: Bookman, 2000 ALBRECHT, Karl. Revolução nos Serviços – Como as Empresas Podem Revolucionar a Maneira de Tratar seus Clientes; São Paulo: Pioneira, 2002.</p>	

ARBACHE, F. C. et al. Gestão de Logística, Distribuição e Trade Marketing. 4ª ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2011.

BERNADINO, E. de C. et al. Marketing de Varejo. 4ª ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2011.

ZEITHAML, V. A.; BITNER, M. J.; GREMLER, D. D. A Empresa com Foco no Cliente, 6ª ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

KOTLER, P., KELLER, K. L. Administração de Marketing. 14ª Ed. 2012 São Paulo: Pearson Education, 2012.

LARENTIS, F. Comportamento do Consumidor e Marketing de Relacionamento. Curitiba: IESDE Brasil, 2009.

MALHOTRA, N. Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada. 6ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

MATTAR, F. N. Administração de Varejo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

Unidade Curricular:	CH:
3.4.VJ - Comunicação Integrada no Varejo	24
Competências / Objetivos:	
Motivar e capacitar o aluno para o aprendizado interativo do composto de comunicação de marketing, levando-o a compreender, analisar e aplicar os conceitos e ferramentas de comunicação integrada de marketing convencionais e em ambientes virtuais.	
Conhecimentos:	
Sistema de Comunicação Integrada ou Transmídia. Vendas Pessoais. Publicidade e Propaganda. Promoção de Vendas e Incentivo. Fragmentação: Relações Públicas. Assessoria de Imprensa e Marketing Direto. Novas mídias e redes sociais: comunicação nas mídias sociais. Os impactos estratégicos da Internet nos negócios varejistas. As novas técnicas de marketing para a Internet. O futuro do marketing online. Gestão de ações on-line de marketing e vendas. E-Strategy. Redes Sociais. Netnografia e cool hunting: identificando aspectos comportamentais e tendências das mídias sociais. Marketing viral: conceito e ferramentas. Estratégias Inovadoras em Marketing Viral. Conceitos de Story Telling, Transmídia e Branded Content.	
Bibliografia:	
CRESCITELLI, Edson; SHIMP, Terence A. COMUNICAÇÃO DE MARKETING: Integrando propaganda, promoção e outras formas de divulgação São Paulo: Cengage Learning, 2013.	
BELCH, G. E.; BELCH, M. A. Propaganda e promoção: uma perspectiva da comunicação integrada de marketing. 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014..	
REEDY, Joel; SHULLO, Shauna; ZIMMERMAN, Kenneth. Marketing eletrônico. Porto Alegre, Bookman, 2001.	
STRAUSS, Judy; Frosty, Raymund. E-marketing. Pearson: São Paulo, 2011.	
KOTLER, Phillip; KELLER, Kevin L. Administração de Marketing. São Paulo: Pearson, 2013.	
KERIN, Roger. Problemas de marketing estratégico: comentários de casos selecionados. 11. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.	

Unidade Curricular:	CH:
3.5.VJ - Experiência de Compra, Design de Loja e Visual Merchandising	24
Competências / Objetivos:	
Dotar os alunos de competências necessárias para planejar e gerir as atividades de varejo com conhecimento do comportamento do consumidor e das técnicas disponíveis para fidelizar os clientes a partir de suas experiências de compra.	

Conhecimentos:

Importância do formato: lojas diferenciadas. Layout: pessoas e a influência do espaço. Organização e apresentação dos produtos nos diversos tipos de organizações varejistas: integração da propaganda e do merchandising. Comportamento do consumidor no ponto de venda. Instrumentos e elementos à disposição por varejistas: truques e técnicas de merchandising. Iluminação. Layout de loja. Equipamentos e apresentação de produtos. Posicionamento e visual de loja.

Bibliografia:

KOTLER, Philip, and Kevin L. Keller. Administração de marketing a bíblia do marketing. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012. Print.
LEVY, M.; WEITZ, B. A. Administração de varejo. São Paulo: Atlas, 2000.

4.4 Atividades complementares

Estão previstas como atividades complementares a esta formação em nível de especialização:

- Participação em eventos internos e externos correlatos aos temas do curso;
- Realização de visitas técnicas e benchmarking;
- Produção e apresentação de trabalhos científicos em eventos;
- Realização de Workshop (ou similar) para apresentação e compartilhamento dos trabalhos produzidos.

Orientação: Descrever quais e como serão implementadas as atividades complementares no curso.

4.5 Avaliação do Processo Ensino Aprendizagem

Neste curso, a avaliação faz parte do processo de construção do conhecimento, sendo um instrumento que identifique o desenvolvimento das competências do aluno e o perfil profissional definido para o egresso será o principal parâmetro para a avaliação.

A avaliação é uma ferramenta construtiva que promove melhorias e inovações no processo educacional e aperfeiçoamento constante da aprendizagem dos alunos, garantindo aos mesmos meios que permitam sanar dificuldades evidenciadas no processo ensino-aprendizagem.

Considerando a oferta na modalidade a distância a avaliação ganha ainda mais relevância, pois a partir do ritmo do aluno ajudará o professor a: adotar iniciativas de reforço; modificar suas atitudes na interação com o aluno; aprimorar as explicações, exemplos, casos e situações; aprofundar questões; proporcionar novos desafios; desenvolver novas formas de aprendizagem e considerar o aluno apto em relação ao conteúdo proposto e a competência desejada.

Os instrumentos de avaliação serão diversificados e utilizados de acordo com a natureza da Unidade Curricular, mas que despertem o aluno a: reflexão, iniciativa, pensamento sistêmico, pesquisa, criatividade e espírito inovador. Os instrumentos de avaliação serão previstos nos planos de cada Unidade Curricular, podendo constar:

- Participação dos alunos nas aulas com transmissão ao vivo por videoconferência;
- Observação da participação do aluno nas atividades no ambiente virtual de aprendizagem;
- Percepção dos professores no aproveitamento individual de cada aluno;
- Relatórios, documentos ou experimentos referentes a projetos e trabalhos de pesquisa individual ou coletiva;
- Provas escritas, de caráter individual e presencial, com ou sem consulta;
- Realização de exercícios de fixação ou aprimoramento;
- A execução e entrega de atividades propostas como complemento das atividades individuais ou em grupos;

A recuperação de estudos poderá ocorrer ao longo do período da Unidade Curricular ou ao final, compreendendo a realização de nova atividade para que possa promover a aprendizagem, sendo submetido a nova avaliação. Será prevalecido o maior valor obtido na avaliação realizada antes da recuperação e o obtido na avaliação após a recuperação.

Para mensurar a avaliação será adotada a escala numérica de 1(um) a 10(dez), com números inteiros para o intervalo entre os mesmos.

Será aprovado na Unidade Curricular o aluno que tirar nota igual ou superior a 7 (sete).

Controle de frequência:

O aluno será aprovado no curso se satisfazer concomitantemente, às seguintes condições: Frequência mínima de 75% (setenta e cinco por cento) nas sessões síncronas (aulas ao vivo por videoconferência).

Orientação: Descrever a forma de avaliação da aprendizagem e os critérios utilizados, consoantes ao RDP.

4.6 Trabalho de Conclusão de Curso

O Trabalho de Conclusão do Curso –TCC compreenderá um projeto de pesquisa aplicada, fomentando a interdisciplinaridade para estimular as aptidões do aluno a partir de conhecimentos construídos ao longo do curso, desenvolvendo as habilidades de pesquisa e organização de saberes e elaboração de documento de registro, com uma defesa final para uma banca de professores.

O TCC, proposto pelo aluno, deve abordar temas ou problemáticas relacionadas aos negócios dos Correios, visando o desenvolvimento de pesquisa aplicada para melhoria, aprimoramento ou inovação de processos, produtos, tecnologias ou serviços dos Correios. O tema deverá ser aprovado pelo coordenador do curso e pelo professor orientador escolhido pelo aluno, de acordo com a disponibilidade do grupo de docentes.

O professor-orientador será convidado pelo aluno responsável pela orientação metodológica e conceitual do trabalho e poderá orientar, no máximo, 10 estudantes, conforme parâmetros estabelecidos pelo MEC/CAPES.

O TCC deverá ser documentado e apresentado no formato de artigo científico-tecnológico, definido pela Resolução CONSUP-IFSC, Artigo 24, alínea II, da referida Resolução:

Artigo científico-tecnológico: – retrata a síntese dos resultados de uma pesquisa, que pode ser bibliográfica, documental, comparativa, experimental, exploratória, explicativa, pesquisa-ação, etnografia, estudo de caso, entre outros tipos. Deve conter os seguintes elementos: título (com possibilidade de subtítulo), nome do autor, resumo, palavras-chave, introdução, desenvolvimento (ou título compatível com os conteúdos que compõem essa parte do artigo científico), conclusão ou considerações finais, referências e notas explicativas. O artigo deve estar formatado para publicação em uma revista técnico-científica da área do curso, escolhida pelo aluno em concordância com o seu orientador, e explicitada na primeira página do artigo. Deve ter aproximadamente 15 páginas (considerando o formato A4, letra tamanho 12, e espaçamento de 1,5).

A aprovação do TCC é obrigatória para a conclusão do curso, sendo que a avaliação final se dará por meio de defesa para uma banca de professores, definidos pelo Coordenador do Curso. A defesa será realizada de maneira individual, presencial ou ao vivo por meio de videoconferência. A banca examinadora será composta com, no mínimo três professores, sendo que a coordenação da banca será do professor-orientador. A Banca dará a avaliação final para o TCC, com base nos seguintes critérios:

- Relevância na área do curso, alinhamento com o perfil profissional e as competências a serem desenvolvidas;
- Apresenta clareza, coesão, coerência, autenticidade dos textos e informações (sem plágio);
- Aplicabilidade da pesquisa para melhoria, aprimoramento ou inovação de processos, produtos, tecnologias ou serviços dos Correios.
- Exequibilidade, referente à capacidade técnica e científica do aluno;
- Viabilidade de execução e de implementação do trabalho no âmbito dos Correios.

Orientação: Detalhar o TCC, carga horária destinada, formas de elaboração (artigo científico-tecnológico possível de publicação, monografia, relatório de pesquisa de campo ou Relatório de atividade de extensão), critérios para acompanhamento/orientação e apresentação, composição da comissão de avaliação, prazo para finalização e entrega de cópia física e impressa à Instituição com as devidas correções.

4.7 Atividades de Tutoria (para cursos EAD)

Considerando o número de alunos (144 por turma) será adotada a docência compartilhada nas sessões síncronas (aulas ao vivo por videoconferência) e na tutoria a distância. Cada Unidade Curricular contará com um professor titular e um de apoio. Ambos poderão atuar de maneira simultânea tanto nas aulas ao vivo por videoconferência como na tutoria no ambiente virtual de aprendizagem. Assim, ambos organizarão juntos as atividades letivas, materiais de referência, apresentações, exercícios, atividades práticas, conduzirão chats e fóruns e demais atividades das aulas ao vivo e das atividades do ambiente virtual de aprendizagem.

Avaliações presenciais: em cada polo haverá um monitor presencial, sendo um profissional da área de educação dos Correios lotado na respectiva unidade regional. O mesmo será responsável pela imprimir, organizar a sala e aplicar as avaliações, enviando em seguida para a Coordenação do Curso.

Orientação: Descrever como acontecerão as atividades de tutoria, para cursos EAD.

4.8 Critérios de aproveitamento de unidades curriculares cursadas anteriormente

Poderão ser aproveitadas e validadas as unidades curriculares em que o aluno foi aprovado, realizadas no mesmo curso ou em curso de outra instituição. Para tanto, o aluno deverá apresentar requerimento a coordenação do curso, que submeterá à apreciação do Colegiado do Curso para deferimento ou não, sendo que a Unidade Curricular cursada deve:

- a) Ser em curso do mesmo nível;
- b) Possuir carga horária superior, igual ou inferior de até 1/3 da Unidade Curricular requerida;
- c) Ter conteúdo e objetivos de aprendizagem similares a Unidade Curricular requerida.

Orientação: Descrever os critérios de aproveitamento de unidades curriculares cursadas anteriormente em outros cursos de nível semelhante, com unidades curriculares da Matriz Curricular deste Curso.

4.9 Incentivo a pesquisa, a extensão e a produção científica e tecnológica

Os desafios previstos no planejamento estratégico dos Correios requerem a necessidade de se reinventar seus negócios, A inovação e o incentivo pesquisa e a produção científica e tecnológica não é apenas um modismo, mas uma necessidade para garantir a sustentabilidade dos negócios dos Correios.

Além das estruturas formais que cada vice-presidência de negócio (Encomendas, Postal, Logística e Varejo) que cuidam do desenvolvimento de novos produtos, os Correios buscam aprimorar seus processos e serviços em todas as suas unidades operacionais, comerciais e administrativas, espalhadas em todo Brasil.

Este curso é uma oportunidade de fomentar a pesquisa aplicada para apoio a inovação, pois além de toda a carga teórica das unidades curriculares, há muitas atividades práticas e o desenvolvimento de um projeto integrador no módulo II e do Trabalho de Conclusão do Curso no módulo III, ambos com objetivo de resolver problemas práticos

dos Correios.

A produção científica oriunda dos trabalhos dos alunos poderão ser publicadas na “Postal Brasil – Revista científica dos Correios”. Os trabalhos também poderão ser apresentados nos eventos internos e externos relacionados aos Correios.

Os Correios desenvolve, a cada dois anos, o concurso de inovação “Inova na Prática” que premia os melhores projetos desenvolvidos pelos empregados dos Correios, sendo esta, mais uma oportunidade para reconhecimento da produção científica dos alunos do curso de pós-graduação em gestão de negócios dos Correios.

Orientação: Detalhar possíveis formas de incentivo à pesquisa e extensão bem como a produção científica e tecnológica.

5 CORPO DOCENTE E TUTORIAL

5.1 Coordenador do Curso

Nome: Fabio Peroni

Email: peroni@correios.com.br

Fone: (61) 2141-8578

Titulação: Mestre

Regime de trabalho: 40 horas/Celetista

Nome, email, telefone, titulação, formação acadêmica e regime de trabalho.

5.2 Corpo Docente

UNIDADE CURRICULAR	DOCENTE	TITULAÇÃO	INSTITUIÇÃO
		PÓS-GRAD.	

2.3.EP	Ademar Batista de Morais Neto	ESPECIALISTA	FGV
2.7.VJ	André Luiz Nascimento Reis	MESTRE	UNIV. CATÓLICA DE BRASÍLIA
2.5.VJ, 3.4.VJ	Andreia Gonçalves Gomes Naime	MESTRE	UFRGS
1.4.GE	Antonio de Paula Braquehais	ESPECIALISTA	UNB
1.7.GE	Bruno Chaves da Silva	ESPECIALISTA	IBMEC
3.3.LG	Carlos Alberto Brandão	ESPECIALISTA	
3.3.VJ	Clarice Mara Sousa Silva	MESTRE	UNIV. FED. DE UBERLÂNDIA
1.8.GE	Cláudia Regina Sardá Vieira	MESTRE	UNIV. DO ESTADO DE SC
2.6.LG	Cleysson Pinto do Nascimento	ESPECIALISTA	ESAB
3.4.EP	Elmer Martins Ribeiro	ESPECIALISTA	FGV
2.3.VJ	Ernatan Benevides Oliveira Junior	MESTRE	UTAD/PORTUGAL
1.1.GE	Helcio Luiz Miziara Filho	MESTRE	EUROAMERICANA
3.5.LG, 3.6.LG	Helder Silva Miranda	ESPECIALISTA	UNIVERSIDADE ANHANGUERA
3.2.VJ	Henrique César Rezende e Souza	ESPECIALISTA	CENTRO UNIVERSITÁRIO UNA
2.5.EP	Jair Jairo Joris	MESTRE	SENAI/CIMATEC/BA
2.6.EP	Jose Carlos Alves Alonso	ESPECIALISTA	GETRAM
2.1.GE	Luciane Benetti	MESTRE	UNIV. CATÓLICA DE BRASÍLIA
2.4.VJ	Luciano Monti Fávaro	MESTRE	UNIV. CATÓLICA DE BRASÍLIA
3.5.EP	Manoel Oliveira dos Anjos	ESPECIALISTA	FUNDAÇÃO VANZOLINI (USP)
3.1.GE	Marco Antônio Cardoso Sena	DOUTOR	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SC
1.2.GE	Maria Cristina Fiori do Carmo	ESPECIALISTA	FGV
1.5.GE	Moacir do Valle Junior	ESPECIALISTA	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SC
2.3.LG	Odarci Roque de Maia Júnior	MESTRE	
2.4.LG, 2.5.LG, 3.4.LG, 3.7.LG	Osório Carvalho Dias	DOUTOR	UNB
3.5.VJ	Pedro Carlos Rezende Júnior	DOUTOR	UNB
3.2.LG	Rafael Carpanedo	MESTRE	
3.2.EP	Raimunda Eunice da S. Almeida	MESTRE	UNIV. CATÓLICA DE SALVADOR
1.6.GE	Ricardo Ken Fujihara	MESTRE	UNB
2.2.GE, 2.6.VJ	Tânia Regina Teixeira Munari	ESPECIALISTA	FIA- USP
2.7.LG	Thomás Cólvara Teixeira	MESTRE	IFSC
1.3.GE	Tomas Roberto Cotta Orlandi	MESTRE	UNIV. CATÓLICA DE BRASÍLIA
2.4.EP	Vaner José do Prado	MESTRE	UFRGS
3.3.EP	Willyan Akira Matsubara	ESPECIALISTA	UNIV. CATÓLICA DE BRASÍLIA

5.3 Colegiado do Curso

O colegiado do curso será composto conforme o quadro a seguir:

Função no Colegiado	Forma de seleção ou indicação
Presidente do Colegiado	Coordenador do Curso
Dois representantes dos alunos	Escolhidos pelo grupo de alunos
Dois representantes dos docentes	Escolhidos pelo grupo de docentes
Um representante da área Encomendas	Indicado pela Vice-Presidência responsável
Um representante da área Postal	Indicado pela Vice-Presidência responsável
Um representante da área de Logística	Indicado pela Vice-Presidência responsável
Um representante da área de varejo	Indicado pela Vice-Presidência responsável

O colegiado do curso deverá se reunir uma vez a cada módulo de maneira ordinária, ou extraordinária por convocação do seu presidente, quando houver pauta para deliberação ou solicitação pertinente por quaisquer dos membros.

Orientação: Descrever a composição e funcionamento do colegiado de curso.

6 INFRAESTRUTURA FÍSICA

6.1 Instalações gerais e equipamentos

A Universidade Corporativa dos Correios possui um Campus sediado em Brasília-DF. Está instalada em quatro blocos, denominados: Coordenação Nacional I e II, Bosque do Conhecimento (onde ficam as salas de aula e laboratórios), Auditório com capacidade para 400 lugares, contando com um amplo estacionamento de veículos.

Para o curso serão destinados os seguintes espaços e instalações:

Espaço	Capacidade	Equipamentos em cada sala
Sala 1	24	. Computador . Projetor
Sala 2 - Videoconferência	20	. Lousa de vidro . Ar Condicionado
Sala 3 - Múltiplas Vivências	12	. Mesas e cadeiras para alunos e Instrutor/Professor
Secretaria	3	3 estações de trabalho
Sala de Professor	6	6 computadores, mesas/cadeiras
Sala de Reuniões	20	1 TV, mesa e cadeiras
Auditório	400	Mobiliário, projetor, comutador, ar-condicionado.
Laboratório 1	18	. Computadores individuais . Projetor
Laboratório 2	18	. Lousa de vidro . Ar Condicionado
Biblioteca	40	Acervo, mobiliário e computadores.

Orientação: Descrever com breve texto de introdução e listar as instalações gerais e equipamentos disponibilizados pela instituição para atendimento ao aluno, tais como: secretaria, salas de aula, sala de professor, sala de reuniões, laboratórios, com suas características de área, iluminação, ventilação, mobília, equipamentos. Organizar em tabela.

6.2 Polos de apoio presencial ou estrutura multicampi (para cursos EAD)

Além do Campus de Brasília da UniCorreios, este curso terá polos instalados em espaços dos Centros de Educação dos Correios sediados nas capitais e regiões metropolitanas. Inicialmente serão contempladas as 12 cidades, em 10 estados, que possuem o maior efetivo de empregados dos Correios. Os polos iniciais serão:

1. Brasília-DF;
2. São Paulo-SP;
3. Bauru-SP;
4. Rio de Janeiro-RJ;
5. Belo Horizonte-MG;
6. Porto Alegre-RS;
7. Curitiba-PR;
8. Salvador-BA;
9. Florianópolis-SC;
10. Recife-PE;
11. Goiânia-GO;
12. Fortaleza-CE.

OBS: Poderá haver ampliação do número de polos de acordo com a demanda, infraestrutura instalada e capacidade de atendimento com qualidade.

Cada polo terá a seguinte infraestrutura:

- Sala de apoio;
- Sala de videoconferência: capacidade mínima de 12 alunos, com mobiliário, 2 TVs (ou projetores); ar-condicionado; iluminação, computador com acesso à internet e ao sistema de videoconferência;
- Biblioteca setorial;
- Espaço de estudo para o aluno com mobiliário e computador com acesso à internet.

Orientação: Descrever, se for o caso, as características física: área, iluminação, ventilação e os equipamentos dos polos de apoio presencial.

6.3 Sala de tutoria (para cursos EAD)

Cada Unidade Curricular contará com dois professores que atuarão nas aulas síncronas por videoconferência e na tutoria de suas turmas. Na UniCorreios será disponibilizada uma sala de tutoria para os professores, com mobiliário e computador com acesso à internet. Além disso, os espaços educacionais do Campus ficarão à disposição dos professores.

Orientação: Descrever e listar salas de tutoria, os equipamentos e suas características: área, iluminação, ventilação.

6.4 Suportes midiáticos (para cursos EAD)

A UniCorreios possui equipe de produção de mídias para dar todo suporte ao curso, composto por: dois designers gráficos, um design instrucional, uma jornalista, uma revisora, dois programadores.

Além disso, dispõem de ambiente virtual de aprendizagem próprio (Unicorreios virtual - Moodle) com equipe de gestão e suporte de TI. Possui ainda espaço de videoconferência no Campus em Brasília e em todos os polos previstos neste projeto.

Orientação: Descrever as mídias suporte disponibilizadas para desenvolvimento da educação virtual.

6.5 Biblioteca

A biblioteca da UniCorreios está localizada no térreo do prédio da Coordenação Nacional II do campus da UniCorreios em Brasília, em ambiente bem iluminado e ventilado.

Possui:

- Sala para estudo em grupo equipada com mesa, computador com acesso à internet e com sistema e equipamentos de videoconferência, tela branca para projeção e flip-chart;
- Cinco mesas para estudo em grupo e individual;
- Oito baias para estudo individual;
- Sete computadores onde os usuários acessam a internet e consultam o acervo da biblioteca;
- Assinatura de um jornal local;
- Software automatizado para consulta ao acervo físico e digital da biblioteca, disponível na

intranet da empresa.

Serviços oferecidos:

- Empréstimo de materiais bibliográficos a todos os empregados dos Correios, para isso envia para a lotação do empregado, via malote interno, os títulos solicitados;
- Normalização de publicações dos Correios;
- Aquisição de material bibliográfico;
- Divulgação semanal nos meios de comunicação da empresa de publicações de interesse dos usuários;
- Serviço de Disseminação Seletiva da Informação;
- Empréstimos entre bibliotecas;
- Pesquisa bibliográfica;
- Acesso digital a monografias e teses.

O acervo é composto de publicações nas seguintes áreas:

- Administração de empresas
- Administração de recursos humanos
- Administração financeira
- Ciências sociais
- Contabilidade
- Correios
- Direito
- Dicionários
- Economia
- Educação a distância
- Estatística
- Estratégia
- Filosofia
- Gestão do conhecimento
- Gramática
- Informática
- Linguística
- Literatura brasileira e estrangeira
- Marketing
- Matemática
- Pedagogia
- Pesquisa operacional
- Planejamento estratégico
- Processo decisório
- Psicologia
- Sociologia
- União postal universal

Os trabalhos acadêmicos recebidos da Bolsa de estudos são disponibilizados em formato digital e podem ser acessados por todos os funcionários dos Correios utilizando o sistema da biblioteca.

Orientação: Descrever as instalações da biblioteca, área, ambientes para estudo individual e em grupo, iluminação e ventilação. Descrever e listar os equipamentos disponibilizados na biblioteca. Descrever e listar a mobília que compõem a estrutura da biblioteca. Descrever as características do acervo disponibilizado para o desenvolvimento de curso: livros, publicações periódicas, material digital, etc. Descrever como serão disponibilizados os recursos de informática e como será proporcionado o acesso para o estudante.

7 AVALIAÇÃO DO PROJETO PEDAGÓGICO

Ao final de cada módulo caberá ao coordenador curso realizar reunião de avaliação do curso com o grupo de professores envolvidos no respectivo módulo. O objetivo é identificar os pontos positivos e as oportunidades de melhoria em aspectos como: metodologia utilizada, materiais didáticos, avaliação de aprendizagem, relação professor – aluno, infraestrutura física, videoconferência e ambiente virtual de aprendizagem. As informações levantadas subsidiarão o processo de melhoria constante do PPC. As propostas de melhoria deverão ser encaminhadas para apreciação e aprovação do Colegiado do Curso. As medidas aprovadas serão encaminhadas para conhecimento apreciação do IFSC.

Orientação: Descrever como será avaliado o projeto do curso ao longo do seu desenvolvimento para proceder possíveis adequações ou aprimoramentos.

8 AUTORIZAÇÃO DA OFERTA DO CURSO

A Universidade Corporativa dos Correios solicita a aprovação deste PPC, pelo Colegiado de Ensino, Pesquisa e Extensão – CEPE, segundo os critérios que o IFSC utiliza em sua própria oferta, permitindo que possa haver um acordo de cooperação entre essas instituições para avaliação das condições de oferta do curso com emissão de relatório de acreditação, realizado por servidores do IFSC. Tal conformidade permitirá que, ao concluir com sucesso o curso, cada egresso possa requerer ao IFSC a emissão de certificado de Especialização a partir da validação de competências profissionais adquiridas no ambiente de trabalho, conforme Art. 41 da Lei 9394/1996.

Curso Aprovado pelo IFSC, Resolução **XXX/2016**.

Orientação: Citar os documentos que autorizam a oferta do Curso (Resoluções Colegiado do Câmpus, CEPE e CONSUP etc). Completar o preenchimento posterior a aprovação do Curso nas instâncias cabíveis.

9 ANEXO

Orientação: Se ainda houver informações que considerar relevantes para o desenvolvimento do curso e a formação do profissional.

Brasília, 13 de Outubro de 2016