

**PLANO DE TRABALHO DE TERMO DE FOMENTO OU ACORDO DE
COOPERAÇÃO**

DADOS E INFORMAÇÕES DA OSC		
Razão Social: Associação de Educação, Esporte, Cultura e Economia Criativa - AECEC		
Endereço Completo: SCN QUADRA 1 BLOCO "E" SALA 112 EDIFÍCIO CENTRAL PARK – BRASÍLIA – DF		
CNPJ: 04.764.724/0001-62		
Município: Brasília	UF: DF	CEP: 70.711-050
Site, Blog, Outros: aecec.df@gmail.com		
Nome do Representante Legal: ██████████		
Cargo: Presidente da OSC		
RG: ██████████	Órgão Expedidor: ██████████	CPF: ██████████
Telefone Fixo: ██████████	Telefone Celular: ██████████	
E-Mail do Representante Legal: ██████████		

ACOMPANHAMENTO DA PARCERIA		
Responsável pelo acompanhamento da parceria: ██████████		
Função na parceria: Presidente da OSC		
RG: ██████████	Órgão Expedidor: ██████████	CPF: ██████████
Telefone Fixo: ██████████	Telefone Celular: ██████████	
E-Mail do Responsável: ██████████		
E-mail cadastrado no SEI : ██████████		

OUTROS PARTÍCIPES (ATUAÇÃO EM REDE)		
Razão Social:		
Endereço Completo:		
CNPJ:		
Município:	UF:	CEP:
Site, Blog, Outros:		
Nome do Representante Legal:		

Cargo:		
RG:	Órgão Expedidor:	CPF:
Telefone Fixo:		Telefone Celular:
E-Mail do Representante Legal:		
Objeto da Atuação em Rede:		
ANEXOS	<input type="checkbox"/> Termo de Atuação em Rede <input type="checkbox"/> Portfólio da OSC	

DESCRIÇÃO DO PROJETO

TÍTULO DO PROJETO: INOVA DF

PERÍODO DE EXECUÇÃO

INÍCIO: DEZ/2023

TÉRMINO: DEZ/2024

DESCRIÇÃO DO OBJETO:

Realização do PROGRAMA DE CAPACITAÇÃO PARA A INOVAÇÃO DO DF – INOVA DF, tem por objetivo fomentar a tecnologia, inovação e o empreendedorismo para as pessoas físicas e empresa do Distrito Federal em 12 (doze) Regiões Administrativas do Distrito Federal, englobando as etapas do planejamento, implementação, controle e avaliação, além da utilização de ferramentas modernas de ensino-aprendizagem

APRESENTAÇÃO DA OSC

Fundada em 2001, a AECEC – Associação de Educação, Esporte, Cultura e Economia Criativa, (ONG Porão do Rock) é uma das organizações mais longevas na produção de eventos e projetos e no cenário de Brasília, tendo como objetivos, idealizar e produzir eventos culturais, idealizar e ministrar cursos educacionais e idealizar e promover ações sociais.

Em setembro de 2021, a **AECEC** executou o projeto Caravana Desenvolve DF, em parceria com a Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Distrito Federal, por meio do Termo de Fomento nº 07/2021, no qual foi realizado atendimento a empresários da região do Pró-DF de Ceilândia. O projeto levou informação, sobre programas de incentivo aos empresários de médio e grande porte do Governo do Distrito Federal, bem como ofereceu palestras e cursos para qualificação das empresas beneficiárias, disponibilizou contadores e demais profissionais qualificados para solucionar os desafios enfrentados pelos empreendedores, principalmente pós pandemia. O projeto atendeu mais de 3 mil empresas, apenas na região administrativa de Ceilândia.

Diante do sucesso que foi o Caravana Desenvolve, a AECEC ampliou o projeto, e em janeiro de 2022 começou a executar a Caravana do empreendedor, também em parceria com a Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Distrito Federal, por meio do Termo de Fomento nº14/2021, o projeto circulou por 5 Regiões administrativas do DF: Recanto das Emas, Sobradinho, Gama, Santa Maria e

Planaltina. Levando informação sobre os programas de incentivo econômico do GDF, ofertou 50 horas de palestras, atendendo ao todo cerca de 2.500 pessoas.

Em novembro de 2021, a AECEC realizou o projeto Feira de Cultura e Economia Criativa do Distrito Federal, projeto executado em parceria com a Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Distrito Federal, por meio do Termo de Fomento nº62/2021, que aconteceu nos dias 25, 26 e 27 e 28 de novembro de 2021, em estrutura montada em frente ao Museu Nacional da República com uma grande programação de atividades artísticas, feira de artesanato que movimentou a economia criativa, exposições de artes visuais, realização de 3 oficinas de 8 horas, totalizando 16 horas para 150 pessoas. O projeto recebeu um público de 3.000 pessoas de forma rotativa.

De 11 a 19 de junho de 2022, a AECEC realizou a 1ª Feira de Empreendedorismo Turístico e Criativo do Distrito Federal – FETUC, realizado por meio de parceria com a Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Termo de Fomento nº 11/2021 e foi realizado em estrutura montada no estacionamento do Eixo Cultural Ibero-americano – antiga Funarte, com uma vasta programação de palestras (carga horária total de 21 horas) e público de 1.150 pessoas, foram realizadas atividades formativas (18 horas de oficinas) que atenderam a 150 pessoas, foram apresentados cases de sucesso, rodada de negócios, e área colaborativa para exposições de empreendedores e apresentações culturais. O tema central abordado diz respeito especialmente ao que estamos vivendo, a crise econômica e social provocada pela Covid-19 no empreendedorismo criativo e turístico. O projeto contou com o patrocínio da Fundação de apoio à pesquisa do Distrito Federal e SEBRAE DF. O projeto recebeu cerca de 5 mil pessoas ao longo de seus 9 dias de evento.

No segundo semestre de 2022, a AECEC foi selecionada por meio do Edital de Chamamento Público nº 13/2022 da Secretaria de Cultura e Economia Criativa, para que por meio de Termo de Colaboração, realizasse o projeto Brasília Capital Ibero-americana de Culturas, que se concretizou por meio do Termo de Colaboração nº05/2022, no qual o projeto visa demonstrar o potencial cultural de Brasília, escolhida neste ano como Capital Ibero-americana de Culturas, tendo como principal finalidade promover 288 horas atividades formativas, atendendo a 1.080 pessoas, ofertar uma programação cultural alinhada com a diversidade as identidades culturais da cidade, fomentar o intercâmbio cultural entre os artistas e entidades dos países ibero-americanos e dar visibilidade as manifestações culturais locais.

A Associação venceu o Edital de Chamamento Público nº 05/2022 da Secretaria de Desenvolvimento econômico que o objetivo era capacitar empresas e fornecedores do Distrito Federal para melhorar a produtividade e qualidade dos produtos e serviços, processos, gestão e modelos de negócios.

A AECEC com a realização de seus projetos, possibilita a geração de empregos e implantação de novas tecnologias em grandes eventos, formação de novos profissionais e a promoção de intercâmbio de profissionais com outros estados do país e exterior, tendo como compromisso, levar à frente ações de ensino, sustentabilidade, acessibilidade e inclusão social que realiza dentro dos seus eventos, por meio do projeto Porão Sustentável, incluindo diversas ações sociais e de diminuição do impacto ambiental,

trabalhando na conscientização do público para causas ligadas à juventude, ao meio- ambiente e à inclusão social.

JUSTIFICATIVA:

O mundo e a sociedade atual vivem momentos de profundas e vertiginosas transformações. Conceitos surgem, ressurgem ou são adaptados, a ciência e a tecnologia promovem a “Era do Conhecimento”, a qual oferece ao homem o desafio de sobreviver e vencer com os recursos que dispõe. Mais do que nunca, estamos na era da inovação, da criatividade e da liderança, características de quem vê uma chance de vitória onde os outros veem problemas intransponíveis e soluções inalcançáveis. Esta pessoa é o empreendedor.

A palavra empreendedor, origina-se do termo francês “entrepreneur” que significa “aquele que está entre ou intermediário” (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014). Foi utilizada pelo economista francês Jean-Baptiste Say com o objetivo de nomear o indivíduo que transfere recursos econômicos de um setor de baixa produtividade para um setor de produtividade mais elevada. Atualmente, o empreendedor é visto por muitos como aquele que abre um negócio novo e próprio.

O ser empreendedor é aquele com capacidade de aplicar ações de mudança de forma criativa, reformulando e recriando produtos e ambientes, buscando oportunidades diferenciadas e assumindo os riscos, ele se mantém atento, preparado e informado, segundo Chiavenato (2007), o empreendedor é aquele que detém energia, material, ideias e atitude, agindo em seu favor e em favor da comunidade. O empreendedor para o autor, é uma pessoa com sensibilidade e “tino” financeiro para os negócios; é ser dinâmico e realizador de propostas; é alguém que inicia e opera um negócio para realização de uma ideia ou um projeto pessoal, assumindo riscos, responsabilidades, enfim, inovando em sua área de atuação.

Sendo assim, o empreendedor busca a mudança e a exploração de oportunidade e, é capaz de agregar valor a produtos e serviços, estando continuamente atento ao gerenciamento do capital. Drucker (2016) identifica os empreendedores como aqueles que exploram as oportunidades e as mudanças de acordo com a preferência dos consumidores, já que para o autor, eles possuem a característica da inovação, sendo capazes não somente de identificar oportunidades que permitam transformações de produtos ou serviços, mas de perceber mudanças no fluxo mercadológico com o intuito de estarem preparados para ocorrências futuras, ou seja, a inovação é a ferramenta específica desses empreendedores.

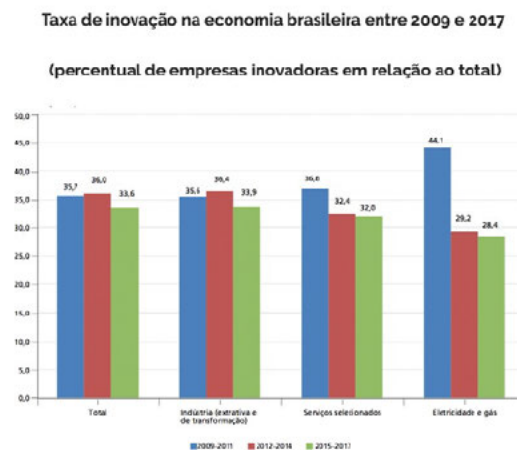
O empreendedor contribui significativamente para o desenvolvimento econômico, uma vez que esse profissional vivencia e busca a inovação que introduz e amplia a concorrência no mercado. Esse desenvolvimento acontece principalmente pela inovação trazida pelo indivíduo empreendedor e pela concorrência no mercado. Novos produtos e processos de produção estão no coração da concorrência de uma região (PORTER, 1992).

Como tendência presente ao longo dos últimos anos, o povo brasileiro vem demonstrando sua inclinação e vontade em empreender. Seja no empreendedorismo por oportunidade, quando a economia

está favorável ou por necessidade, quando o cenário econômico é desfavorável, e empreender passa a ser uma opção relevante.

A inovação tem sido uma importante aliada do empreendedorismo, transformando algo que já existe ou criando algo novo de forma útil para causar uma mudança positiva e ressignificar o mercado, trazendo soluções que proponham valor real para as pessoas, organizações e sociedade.

No entanto, ainda hoje, o tema é um desafio para as empresas brasileiras, e pouco delas incorporam a inovação como estratégia de negócios. Na pesquisa de Inovação - PINTEC de 2017, publicada em 2020 pelo IBGE, a taxa nacional de inovação está em 33.6%, ou seja, apenas três de cada dez empresa introduz novos produtos ou processos no mercado.



São vários os desafios que as pequenas e microempresas enfrentam para inovar, acessar conhecimento e incorporar novas tecnologias. Muitas vezes a chave para a inovação é melhorar a gestão de pessoas ou capacitar a equipe, trazendo conhecimento para o negócio. Um grande aliado do empreendedor e da inovação é a tecnologia, as ferramentas digitais tornaram-se peças fundamentais no sucesso das empresas. Afinal, elas auxiliam na automatização de processos, reduzem custos e padronizam operações.

Um dos principais impactos da tecnologia no empreendedorismo é a facilitação do acesso a informações e recursos. Hoje, com a internet, é possível encontrar facilmente informações sobre qualquer assunto relacionado a negócios, desde as melhores práticas de gestão até as últimas tendências de mercado. Além disso, a tecnologia também permite o acesso a ferramentas e recursos que anteriormente eram inacessíveis para muitos empreendedores, como softwares de gestão empresarial e plataformas de marketing digital.

Outro impacto importante da tecnologia no empreendedorismo é a democratização do acesso ao mercado. Antes, apenas grandes empresas com recursos financeiros significativos podiam alcançar uma audiência global. Hoje, graças à internet e às redes sociais, qualquer empreendedor pode criar uma presença online e alcançar clientes em todo o mundo.

A tecnologia também está transformando a forma como os empreendedores criam e desenvolvem produtos e serviços. A tecnologia permite o desenvolvimento de produtos mais sofisticados e personalizados, além de tornar mais fácil a realização de testes e ajustes. Além disso, a tecnologia também

está mudando a forma como os empreendedores abordam a inovação, permitindo a criação de novos produtos e serviços de maneira mais rápida e eficiente. Está transformando o mundo dos negócios e oferecendo novas oportunidades para empreendedores. Aqueles que souberem aproveitar essas oportunidades poderão se destacar em um mercado cada vez mais competitivo e dinâmico.

De forma a mudar o paradigma de enfrentamento a esses desafios, a Política Nacional de Inovação, estabelecida pelo Decreto nº 10.534, de 28 de outubro de 2020, trouxe como grande novidade para o ecossistema nacional de inovação a introdução de um novo modelo de governança para as políticas públicas relacionadas ao tema. Trata-se de um amplo processo de estruturação que tem como finalidade orientar, coordenar e articular as estratégias, os programas e as ações de fomento a inovação do setor produtivo, para estimular o aumento da produtividade e da competitividade das empresas e demais instituições que gerem inovação no País. É o Governo Federal, bem como do Distrito Federal entendendo a importância da inovação para as empresas.

Apesar de toda a ajuda governamental, o empreendedor ainda trava algumas batalhas. É importante fazer um justo reconhecimento à energia empreendedora. A energia que não cansa, que não cessa, e que faz o Brasil ultrapassar as barreiras e continuar prosperando. Passa, pelas mãos do empreendedor, a força de recuperação econômica de nosso país.

Este empreendedor luta, dia após dia, com a seguinte realidade: o Brasil ocupa a 116ª posição no ranking de facilidade para fazer negócios (de um total de 189 posições) do Banco Mundial. Não obstante, para obter um simples Alvará, por exemplo, o empreendedor luta na 169ª posição (de 189). Para obter crédito, que é um dos mais elevados do mundo, ele batalha na posição 97ª.

O número de empreendedores brasileiros com empresas com mais de 3,5 anos cresceu no Brasil em 2021. São 14 milhões de pessoas de 18 a 64 anos, ou 9,9% da população adulta, que comandam um negócio do tipo no país. O percentual representa uma alta de 1,2 ponto percentual em relação a 2020. Com isso, o Brasil saiu da 13ª posição no ranking de empreendedorismo mundial para a 7ª é o que mostra a pesquisa GEM (Global Entrepreneurship Monitor) publicada em 2021. Dia após dia fica mais evidente que dentro do nosso contexto socioeconômico, nosso verdadeiro herói é o empreendedor brasileiro.

Do suor do empreendedor é que se construirá um novo modelo de crescimento para nosso país. Dessa forma, para que essa seja uma realidade palpável, será fundamental qualificar os negócios, para que possamos competir em escala global. Mesmo que a decisão seja ter um negócio somente na sua rua ou no bairro, o importante é que este empreendimento – e seu empreendedor – possua qualidade de classe mundial. Negócios de impacto, de maior valor agregado, são transformadores para um novo Brasil, desenvolvido e inovador.

Nesse sentido é que desenvolvemos a presente proposta que busca capacitar as empresas e trabalhadores do Distrito Federal para uma melhor produtividade e qualidade de seus produtos e serviços, processos, gestão modelo de negócios com impacto positivo no faturamento, descentralizar os serviços e recursos da Secretaria de Estado de Ciência, Tecnologia e Inovação para auxiliar a cadeia produtiva do DF,

qualificar e fomentar o crescimento profissional por meio da inovação e empregabilidade dos trabalhadores do DF, apresentar técnicas modernas de inovação e certificação para incrementar a produtividade das empresas mediante ao acesso as novas tecnologias que melhorem seus processos e produtos, apresentar ferramentas praticas passíveis de aplicação imediata, com intuito de integrar e institucionalizar melhorias contínuas nos processos das empresas e seus fornecedores, desenvolver competências comportamentais sobre novas tecnologias, gestão de processos certificação de pessoas e competências, por meio de cursos presenciais, cursos a distancia, mentorias que serão desenvolvidas em 12 regiões administrativas do Distrito Federal.

Conhecer abordagens como as citadas, possibilita às empresas e trabalhadores inovarem de forma bem-sucedida. Ou seja, enxergando oportunidades, quebrando paradigmas, gerando empregos e renda e desafiando o mercado a crescer, acompanhando as mudanças da sociedade, do consumo e do comportamento dos próprios consumidores.

Pensar no futuro, criar experiências incomparáveis e agregar valor às atividades mais corriqueiras é tarefa que, a cada dia, ocupará mais espaço na rotina diária, tanto em hábitos domésticos como no consumo de qualquer produto ou serviço.

Nesse propósito é que apresentamos a proposta da Associação de Educação, Esporte, Ciência, Cultura e Economia Criativa para o programa de capacitação para a inovação do DF - INOVA DF que será realizada em 12 Regiões Administrativas do Distrito Federal: Planaltina, Sobradinho, Paranoá, Taguatinga, Samambaia, Ceilândia, Gama, Santa Maria e Recanto das Emas, Guara, Núcleo Bandeirante e Riacho Fundo, com cursos presenciais, cursos a distância, mentorias e pesquisa de maturidade que será realizada juntamente com as mentorias, todo o processo será documentado e será entregue para a Secretaria, para corroborar com as políticas públicas da Secretaria de Ciência e Tecnologia do Distrito Federal.

DETALHAMENTO DAS AÇÕES:

Quem se prepara e agrega conhecimentos sobre o mercado e tudo que se relaciona com o empreendimento, com certeza, está um passo a frente de seus concorrentes; que também estão iniciando seus projetos. Existe uma ilusão muito comum em achar que tocar uma empresa é simples, mas isso requer maturidade e organização, no início é preciso dedicação total e trabalhar duro para mantê-la firme e fazê-la crescer.

Por mais boa vontade que se tenha, apenas isso não é o suficiente para o negócio dar certo. Por isso, estudar o mercado, planejar a empresa, fazer cursos e workshops específicos, ir a palestras e conversar com empresários mais experientes; faz toda diferença, pois potencializa o desenvolvimento prático do empreendedor e do trabalhador, amplia sua visão e aumenta suas chances de ser bem-sucedido em suas ações.

As mudanças são constantes em todos os mercados e estar atento a elas é essencial. É necessário,

por exemplo, estudar as tendências de mercado, evoluções tecnológicas, conhecer novos tipos de matérias-primas, novos fornecedores, possíveis nichos de clientes e formas mais efetivas de gerenciamento da empresa, novas formas de comunicação. Assim, além de atualizado, o trabalhador e empreendedor também pode focar em inovação e sair na frente dos seus concorrentes, que não fazem o mesmo. E dentro do programa “INOVA DF” haverá muitas atividades, que ajudarão aos empreendedores e trabalhadores em suas atividades. Vejamos:

Investir em inovação na empresa se tornou o fator principal de competitividade e visibilidade. A gestão da inovação se tornou um requisito básico para gerar soluções, entregar valor ao consumidor e reduzir custos. Porém, na prática, ainda são poucas as empresas que conseguem implementar essa cultura em seus processos.

É bastante comum, ao ouvirmos falar em inovação, pensar em tecnologia. Realmente, inovar também é desenvolver e utilizar novas tecnologias, mas não se trata apenas disso. No mundo corporativo, inovar também pode ser definido como a capacidade do trabalhador ou do empreendedor de sair da zona de conforto para buscar novos meios de ampliar sua empresa ou torná-la mais competitiva e rentável.

Adotar uma cultura inovadora traz uma série de benefícios que envolvem tanto o ambiente interno da empresa quanto o público externo, o consumidor. Existem empresas que estão há anos no mercado e, desse modo, permanecem na zona de conforto. Enquanto isso, outros negócios investem na inovação para satisfazer as necessidades atuais do público consumidor. Portanto, é fundamental se reinventar sempre.

A inovação não se trata apenas de seguir as tendências digitais, apesar de elas serem essenciais no processo, como o marketing digital, a Internet das Coisas, Inteligência Artificial, entre outras. O primeiro passo é adotar uma gestão de inovação na empresa e essa decisão deve partir do empreendedor. Como muitos não sabem por onde começar ou como fazer essa implementação, é fundamental contar com um suporte especializado.

Por tudo isto, faz-se primordial que os empreendedores sejam capacitados e assistidos pelo INOVA DF, e principalmente, que suas dores sejam sentidas e entendidas, e que as soluções entregues sejam simples e de imediata implementação.

Ao realizar a proposta em tela, será realizada a interligação entre os interesses da esfera governamental, por meio do qual a política pública ora proposta visa qualificar o nicho empresarial e o trabalhador para melhorar o fluxo econômico as práticas e rotinas administrativas no que tange à gestão empreendedora e inovadora, às diversas carências existentes pelo público alvo, que necessita de apoio e amparo de diversos segmentos que interferem diretamente na economia local e nacional, incluindo as iniciativas governamentais.

Esse elo impulsionado pela AECEC será de grande importância para disseminação da prática de capacitação, o que pode se tornar algo cada vez mais comum e promissor, caso os empreendedores sejam significativamente impactados e consigam absorver a real importância desse ciclo de suporte ofertado pela administração pública.

a. Cursos presenciais

Serão ofertados 10 cursos com carga horaria de 20 horas, para cada uma das 12 Região administrativa (Planaltina, Sobradinho , Paranoá, Taguatinga, Samambaia, Ceilândia, Gama, Santa Maria e Recanto das Emas, Guara, Núcleo Bandeirante e Riacho Fundo), os cursos poderão ser ministrados no período matutino, vespertino e noturno.

Para a realização desse módulo, serão alugadas salas de faculdades/universidades/ comerciais para a realização das aulas nas regiões administrativas, locação de cadeiras universitárias, videoprojetor e computador para o professor. Ademais, serão ofertados para cada aluno um kit material escolar com caderno, caneta, lápis e borracha e o kit lanche com 1 suco, barra de cereal, biscoito cream cracker e 1 fruta.

As datas dos cursos presenciais serão ministradas nas seguintes datas:

REGIÃO ADMINISTRATIVA	DATA DA REALIZAÇÃO DOS CURSOS PRESENCIAIS
Planaltina	4/03 a 15/03
Sobradinho	18/03 a 01/04
Paranoá	08/04 a 19/04
Taguatinga	06/05 a 17/05
Samambaia	20/05 a 03/06
Ceilândia	10/06 a 21/06
Gama	08/07 a 19/07
Santa Maria	05/08 a 16/08
Recanto das Emas	19/08 a 30/08
Guará	09/09 a 20/09
Núcleo Bandeirante	23/09 a 04/10
Riacho Fundo	14/10 a 25/10

Os cursos que poderão ser ministrados em cada uma das regiões administrativas mencionadas são os seguintes:

	Cursos presenciais	Carga horaria
--	--------------------	---------------

1.	Introdução ao empreendedorismo	20 horas
2.	Gestão financeira	20 horas
3.	Logística e gestão de cadeia de suprimentos	20 horas
4.	Marketing digital	20 horas
5.	Contabilidade e custos	20 horas
6.	Gestão de recursos humanos	20 horas
7.	Pesquisa de mercado e comportamento do consumidor	20 horas
8.	Administração de vendas	20 horas
9.	Gestão empresarial- Liderança e formação de equipes de alto desempenho	20 horas
10.	Inovação, Empreendedorismo e Novos Negócios	20 horas

Os cursos presenciais têm estrutura para receber até 40 alunos por turma, que serão disponibilizados em diversos turnos, matutino, vespertino e noturno. Dessa forma atingindo a meta do edital de 250 pessoas por região administrativa

Metodologia da capacitação presencial

A metodologia da capacitação será por meio de aulas expositivas com o uso de recursos audiovisuais, priorizando a metodologia ativa centrada no debate. As metodologias ativas que serão aplicadas são: inversão de sala de aula, priorizando a ação comunicativa por parte dos educandos e atividades reflexivas que relacionem a diversidade do cotidiano vivenciada e os conteúdos teóricos e práticos. Vejamos os planos de ensino resumido de cada disciplina:

1. Curso: Introdução ao empreendedorismo
Carga horária: 20 horas
Forma de execução: 5 aulas de 4 horas
Ementa: Empreendedorismo: conceitos e definições. O Perfil e as características do empreendedor. As habilidade e competências necessárias aos empreendedores. A Importância do Empreendedorismo para uma sociedade. A identificação das oportunidades de negócios. Conceitos e definições sobre crises e oportunidades. Técnicas de identificação de oportunidades. Os recursos da Tecnologia da Informação na criação de novos negócios. Ferramentas e Planilhas na elaboração do Plano de Negócios. Empreendedorismo na era do Comércio Eletrônico. Elaboração do Plano de Negócio. Conceitos e definições. A estrutura do Plano de Negócio. Plano de Marketing. O Plano Financeiro. O Plano de Produção.
Bibliografia básica:
CHIAVENATO, I. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor.

4ª ed. Barueri: Manole, 2012.

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo corporativo. 2ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 5ª ed. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2014. Bibliografia Complementar

DOLABELA, F. A Oficina do Empreendedor. São Paulo: Cultura Editores, 2001. BERNARDI, L. A. Manual de Empreendedorismo e Gestão – Fundamentos, Estratégias e Dinâmicas. São Paulo: Atlas. 2003.

MALHEIROS, R. C. C.; FERDA, L. A.; CUNHA, C. J. C. Viagem ao mundo do Empreendedorismo. 2ª ed. Florianópolis: IEA, 2005.

2. Curso: Gestão financeira

Carga horária: 20 horas

Forma de execução: 5 aulas de 4 horas

Ementa: Significado e Objetivo da Administração Financeira. Análise dos demonstrativos financeiros. Custo de capital, estrutura de capital e política de dividendos. Avaliação de Empresas. Administração do capital de giro. Administração de disponibilidades. Administração de contas a receber.

Bibliografia básica:

ASSAF NETO, A. Administração do Capital de Giro. 3ª.Ed. São Paulo: Atlas, 2002.

BRIGHAM, E.F.; HOUSTON, J.F. Fundamentos da Moderna Administração Financeira. Rio de Janeiro: Campus-Elsevier, 1999.

ASSAF NETO, A. Finanças Corporativas. 3ª.Ed. São Paulo: Atlas, 2011.

ASSAF NETO, A.; LIMA, F. G. Curso de Administração Financeira. 1ª.Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

FERREIRA, J. A. S. Finanças Corporativas: Conceitos e Aplicações. 1ª edição. São Paulo: Pearson, 2005.

GITMAN, L. J. - Princípios de Administração Financeira, 10ª edição, Ed. Harbra, 2007.

GROPPELLI, A. A. Administração financeira. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

LEMES Jr., A. B.; RIGO, C.M., CHEROBIM, A.P. M.S. Administração Financeira: princípios, fundamentos e práticas brasileiras. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

ROSS, S. A; WESTERFIELD, R. W.; JORDAN, B. D. Princípios de Administração Financeira. 2ª. Ed. São Paulo: Atlas, 2002.

3. Curso: Logística e gestão da cadeia de suprimentos

Carga horária: 20 horas

Forma de execução: 5 aulas de 4 horas

Ementa: Reconhecer a logística por sua função essencial na empresa, considerando que nenhuma empresa de produção ou serviços pode operar sem executar atividades logísticas em algum grau. Reconhecer os principais conceitos sobre logística, aplicados à gestão das atividades de estoques, processamento de pedidos e transportes, e as atividades de apoio em empresas de produção ou

serviços. Utilizando ferramentas tecnológicas

Bibliografia básica:

BALLOU, Ronald H. Transportes, administração de materiais e distribuição física. 1. ed. 21. Reimpressão. São Paulo: Atlas, 2009.

BALLOU, Ronald. H. Gerenciamento da cadeia de suprimentos: logística empresarial. Porto Alegre: Bookman, 2006.

BOWERSOX, Donald J; CLOSS, David J. Logística empresarial: o processo de integração da cadeia de suprimento. 1. ed. - 8. Reimpressão. São Paulo: Atlas, 2010.

BOWERSOX, Donald J. Gestão da cadeia de suprimentos e logística. Rio de Janeiro: CAMPUS, 2007.

CORONADO, Osmar. Logística integrada: modelo de gestão. São Paulo: Atlas, 2008.

DORNIER, Philippe-Pierre. Logística e operações globais. São Paulo: Atlas, 2000.

EDELVINO, Razzolini F. Logística: evolução na administração, desempenho e flexibilidade. SP: Juruá, 2006.

PIRES, R. I. Gestão da cadeia de suprimentos (supply chain management): conceitos, estratégias, práticas e casos. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

4. Curso: Marketing digital

Carga horária: 20 horas

Forma de execução: 5 aulas de 4 horas

Ementa: Definir marketing. Identificar e analisar o composto mercadológico de um bem ou serviço. Identificar processos de gestão do ciclo de vida do produto e relacionar com as estratégias de marketing. Organizar processos para satisfazer desejos e necessidades dos clientes. Comparar e analisar os diversos tipos de mercado. Auxiliar na Elaboração de plano de marketing. Identificar o público-alvo. Apoiar a Elaboração der projetos de pesquisa de marketing

Bibliografia básica:

BASTA, Darci (Org.). Fundamentos de marketing. Rio de Janeiro, FGV, 2004.
IRIGARAY, Hélio Arthur. Gestão de desenvolvimento de produtos e marcas. Rio de Janeiro: FGV, 2004.

BAKER, Michael J. (Org.). Administração de marketing. 5 ed. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

LAS CASAS, Alexandre Luzi. Marketing: conceitos, exercícios, casos. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

KOTLER, Philip. Administração de marketing. 10 ed. São Paulo: Pearson, 2000.

KOTLER Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de marketing. 9. ed. São Paulo: Pearson, 2005.

MALHOTRA, Naresh K. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. 3. ed. Porto Alegre, Bookman, 2001.

MADRUGA, Roberto Pessoa et al. Administração de marketing no mundo contemporâneo. Rio de Janeiro, FGV, 2004.

PINHEIRO, Roberto M. et al. Comportamento do consumidor e pesquisa de mercado. Rio de Janeiro: FGV, 2004.

5 Curso: Contabilidade e custos

Carga horária: 20 horas

Forma de execução: 5 aulas de 4 horas

Ementa: Entender a importância da contabilidade para as empresas privadas. Compreender a gestão dos processos contábeis. Ter noção dos princípios contábeis. Saber diferenciar despesa, receita, ativo, passivo, patrimônio líquido, custo direto e indireto. = Compreender alguns dos lançamentos contábeis mais comuns e como eles interferem no Balanço Patrimonial. Ter capacidade de analisar o balanço Patrimonial da empresa em seu processo prático na tomada de decisão. Entender o funcionamento de um Demonstrativo de Resultado de Exercício. Utilizando sistemas informatizados.

Bibliografia básica:

Equipe de Professores da FEA/USP. Contabilidade introdutória. 11 ed. São Paulo: Atlas, 2006.

LUDÍCIBUS, Sérgio de; MARION, José Carlos. Curso de contabilidade para não contadores. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MARION, José Carlos; YAMADA, Walter Nobuyuki. Contabilidade geral: para concurso público. São Paulo: Atlas, 2006.

SZUSTER, Natan et al. Contabilidade geral: introdução à contabilidade societária. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

6. Curso: Gestão de recursos humanos

Carga horária: 20 horas

Forma de execução: 5 aulas de 4 horas

Ementa: Compreender a característica estratégica dos processos operacionais do sistema de Gestão de Pessoas como um modelo de gestão. Identificar o funcionamento dos processos administrativos que operacionalizam as estratégias, políticas e decisões da Gestão de Pessoas nas organizações

Bibliografia básica:

ARAÚJO, Luis César G. de. Gestão de pessoas: estratégias e integração organizacional. São Paulo: Atlas, 2008.

BOHLANDER, George; SNELL, Scott; SHERMAN, Arthur. Administração de recursos humanos. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de pessoas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DUTRA, Joel de Souza. Gestão de pessoas: modelo, processos, tendências e perspectivas. 1. ed. 7. reimpr. São Paulo: Atlas, 2009.

LIMONGI-FRANÇA, Ana Cristina. (Org). As pessoas na organização. 5. ed. São Paulo: Gente, 2002.

VERGARA Sylvia Constant. Gestão de pessoas. São Paulo: Atlas, 2009.

7. Curso: Pesquisa de mercado e comportamento do consumidor

Carga horária: 20 horas

Forma de execução: 5 aulas de 4 horas

Ementa: Objetivos da pesquisa de mercado. Tipos, características e usos da pesquisa de mercado. O processo da pesquisa. Pesquisa qualitativa e pesquisa quantitativa. Estatística aplicada à pesquisa de mercado. Pesquisa de mercado e estratégias de comunicação.

Bibliografia básica:

AAKER, D. Pesquisa de Marketing; São Paulo: Ed. Atlas, 2004.

BRIDGER, D. Neuromarketing: como a neurociência aliada ao design pode aumentar o engajamento e a influência sobre os consumidores 1ª Ed; São Paulo: Autêntica Business, 2018.

CASTRO, G. C; SILVA, H. H; NUNES, J. M. G; PINHEIRO, R. M. Pesquisa de marketing 1ª Ed; Rio de Janeiro: FGV, 2011.

RASQUILHA, L. Coolhunting e pesquisa de tendências: observar, identificar e mapear as tendências e mentalidades emergentes do consumidor 1 Ed; São Paulo: Actual Ed, 2015.

SOLOMON, M.R. O Comportamento do Consumidor: Comprando, Possuindo e Sendo 11ª Ed; Porto Alegre: Bookman, 2016.

YASUDA, A; OLIVEIRA, D.T. Pesquisa de marketing: Guia para a prática de pesquisa de mercado 1ª Ed; São Paulo: Cengage Learning, 2013.

YIN, Robert K. Pesquisa Qualitativa do Início ao Fim; Porto Alegre: Penso, 2016.

8. Curso: Administração de vendas

Carga horária: 20 horas

Forma de execução: 5 aulas de 4 horas

Ementa: Conceito de vendas. Funções e atividades do gerente de vendas. Planejando e desenvolvendo a força de vendas. Perfil e habilidades do profissional de vendas. Ética e legislação em vendas. Criando remuneração atrativa. Mercado consumidor versus organizacional. Relatórios comerciais. A tecnologia e a administração de vendas. Promoção de vendas. Merchandising.

Bibliografia básica:

CASTRO, L. T.; NEVES, M. F. Administração de vendas: planejamento, estratégia e gestão. São Paulo: Atlas, 2005.

GOBE, A. C. et al. (Coord.). Administração de vendas. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

LAS CASAS, A. Administração de vendas. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

LAS CASAS, A. L. Marketing de varejo. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

TEIXEIRA, E A. et al. Gestão de vendas. 4. ed., rev. atual. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

TEJON M.; COBRA, M. Gestão de vendas: os 21 segredos do sucesso. São Paulo: Saraiva, 2007.

9. Curso: Gestão empresarial : Liderança e formação de equipes de alto desempenho

Carga horária: 20 horas
Forma de execução: 5 aulas de 4 horas
<p>Ementa: As organizações no contexto atual. Tipos de organizações. Organogramas funcionais. Teorias gerais da Administração. Mudanças no contexto atual internacional e nacional. Ambientes micro, meso e macro. O que é gerenciar. Características de uma gestão eficaz. O gestor e desafios. Abordagem básica sobre Estratégia. Estimular no aluno o desenvolvimento de competências específicas e essenciais para a liderança de equipes de alto desempenho, através de conteúdos que permitam a construção de um repertório focado na melhoria contínua da liderança e de todos os profissionais que compõem as equipes. Desenvolver, através de habilidades interpessoais e de conhecimentos técnicos sobre liderança, condições de estruturar e manter, em alto nível, o rendimento profissional nas equipes de trabalho.</p>
<p>Bibliografia básica:</p> <p>BAZERMAN, Max; MOORE, Don. Processo Decisório. São Paulo: Editora Campus, 2010.</p> <p>BERGAMINI, Cecília W. Psicologia Aplicada à Administração de Empresas – Psicologia do Comportamento Organizacional. São Paulo: Atlas, 2005.</p> <p>COVEY, Stephen R. Os 7 Hábitos das Pessoas Altamente Eficazes. São Paulo: Editora Best Seller, 2007.</p> <p>FARAH, Flávio. Ética na Gestão de Pessoas – uma visão prática. Edições Inteligentes - 2004.</p> <p>BURGELMAN, Robert A.; CHRISTENSEN, Clayton M.; WHEELWRIGHT, Steven C. Gestão estratégica da tecnologia e da inovação: Conceitos e soluções. 5.ed. Porto Alegre, RS: AMGH, 2012.</p> <p>CHIAVENATO, Idalberto. Introdução à teoria geral da administração. 9. ed. Barueri, SP: Manole, 2014.</p> <p>HITT, Michael A.; IRELAND, R. Duane; HOSKISSON, Robert E. Administração estratégica: competitividade e globalização. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2008.</p> <p>SROUR, Robert Henry. Poder, cultura e ética nas organizações: o desafio das formas de gestão. 3. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro, RJ: Campus, 2012.</p>

10. Curso: Inovação, Empreendedorismo e Novos Negócios
Carga horária: 20 horas
Forma de execução: 5 aulas de 4 horas
<p>Ementa: Tipos de empreendedorismo. Planejamento de novos negócios. Contexto internacional e nacional e implicações para novos negócios inovativos. Tipos de inovação. Fomentos para inovação e novos negócios. Empreendedorismo social. Características de um empreendedor.</p>
<p>Bibliografia básica:</p> <p>AJZENTAL, Alberto. A construção do plano de negócio: percurso metodológico para: caracterização da oportunidade, estruturação do projeto conceptual, compreensão do contexto, definição do negócio, desenvolvimento da estratégia, dimensionamento das operações, projeção de resultados, análise de viabilidade.</p>

São Paulo: Saraiva, 2008.
CERNE. Modelo de inovação. Disponível em: <http://anprotec.org.br/cerne>
CECCONELLO, Antônio Renato;
DIAS, Sergio Roberto (Coord.). Gestão de marketing. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.
DORNELAS; TIMMONS; SPINELLI. Criação de novos negócios: empreendedorismo para o século 21. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
KOTLER, Philip. Administração de marketing: planejamento, implementação e controle. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998.
LENZI Fernando César; KIESEL, Marcio Daniel (Org). O empreendedor de visão. São Paulo: Atlas 2009.
MAXIMIANO, Antônio Cesar Amaru. Empreendedorismo. 1. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.
SALIM, Cesar Simões; SILVA, Nelson Caldas. Introdução ao empreendedorismo: despertando a atitude empreendedora. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

b. Cursos online

Também apresentaremos como ferramenta de ensino por meio de cursos *online*, capazes de flexibilizar o ensino e aprendizado, uma vez que as aulas podem ocorrer a qualquer hora e em qualquer lugar, ampliando o leque de oportunidades para a comunidade empresarial e para os seus colaboradores se capacitarem.

A realidade das micro e pequenas empresas em todo o país possui uma grande similaridade. Geralmente o empreendedor cumpre várias funções dentro do seu negócio, pois ele é administrador, ele vende, ele paga contas, ele contrata, ele gerencia, lidera etc.

Tirar um empreendedor de dentro do seu negócio, para que esse faça um curso de capacitação, pode ser considerado um luxo que para muitos não é factível na prática.

Assim sendo, serão ofertados aos alunos cursos online, de fácil acesso, com didática simples e de fácil assimilação. De maneira que os empreendedores possam estudar aos finais de semana, em horas livres do dia, em casa à noite, permitindo-se total liberdade e autonomia para esses.

A demanda por cursos *online* não para de crescer, em especial devido à pandemia e ao isolamento social. De acordo com um levantamento do INEP (Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais), 1,7 milhão de brasileiros realizaram matrícula em cursos EAD durante a pandemia.

A Educação online traz ao aluno flexibilidade de tempo, num cenário onde a nossa rotina das pessoas anda cada vez mais corrida, algumas vezes fica difícil encaixar na agenda um curso presencial. E a falta de tempo acaba sendo o principal empecilho para uma especialização ou outro curso.

Com as modalidades de ensino à distância, contornar essa dificuldade se torna muito mais fácil. Afinal, não é necessário se gastar tempo para se deslocar fisicamente até o ambiente da aula, permitindo otimizar melhor a sua rotina.

Além de contar com a vantagem das aulas gravadas. Então, o aluno pode se programar para assistir a aula conforme sua disponibilidade, no dia e horário que for mais conveniente para sua rotina.

Outra vantagem da aula *online* é a flexibilidade de localização que é um benefício que a internet permite para se ter acesso aos cursos. É possível assistir às aulas de onde desejar, como da sua casa ou até durante os trajetos e deslocamentos diários, como no ônibus ou metrô.

O Dinamismo na aprendizagem é mais uma vantagem do curso *online*. O ensino à distância, justamente devido às inúmeras tecnologias, possui muito dinamismo. As aulas contam com apoio de vídeos, infográficos e outras formas interativas. Isso ajuda a compreender e fixar o conteúdo com mais facilidade.

Entre os benefícios de cursos *online* está a liberdade de estudos, que se traduz também como a liberdade de administrar do aluno administrar seu tempo, fazendo tanto as aulas como os exercícios no seu ritmo, organizando seus estudos dentro da sua rotina.

Os cursos a distância ficarão disponíveis por 9 meses para a realização dos alunos, além de assistir as aulas ao final será aplicado um teste de avaliação do curso. O sistema emitirá um relatório com a assiduidade do aluno, bem como a nota final.

	Cursos a distância	Carga horaria
1.	Introdução ao planejamento estratégico	6 horas
2.	Auxiliar de escritório: departamento administrativo	6 horas
3.	Marketing na gestão empresarial	6 horas
4.	Introdução ao faturamento – fundamentos financeiros	6 horas
5.	Práticas de sustentabilidade para empresas – ISO 140001	6 horas
6.	Introdução a gestão de equipes	6 horas
7.	Gestão de logística 4.0	6 horas
8.	Construção de marcas inovadoras	6 horas
9.	Contabilidade para micro e pequenas empresas	6 horas
10.	Introdução ao Business Analytics	6 horas
11.	Segurança na internet	6 horas
12.	Plano de negócios	6 horas
13.	E-Social	6 horas
14.	RH – Estratégico	6 horas
15.	Segurança no trabalho	6 horas
16.	Mindset digital	6 horas
17.	Como criar sites	6 horas

18.	Como elaborar contratos	6 horas
19.	Gestão de estoque	6 horas
20.	Gestão de relacionamento com o cliente	6 horas

Com a variedade de cursos que iremos disponibilizar de forma online iremos atingir a meta de 700 alunos inscritos e certificados.

Metodologia dos cursos a distância

A metodologia a ser utilizada nos cursos a distância será a ativa, com a exposição dos vídeos de aula. O aproveitamento dos alunos será avaliado através de atividades à distância, além da prova final. Nessa avaliação, serão considerados: a capacidade dos alunos de compreensão dos conceitos-chave do curso, e sua capacidade de argumentação com clareza, objetividade e fundamentação teórica.

Os cursos a distância que serão ofertados são os seguintes:

1. Curso: Introdução ao planejamento estratégico
Carga horária: 6 horas
Forma de execução: 12 videoaulas de 30 minutos.
Ementa: Conceitos de planejamento estratégico. Metodologia de elaboração e implementação do planejamento estratégico. Diagnóstico estratégico. Missão da empresa. Objetivos e desafios empresariais. Projetos e planos de ação. Controle e avaliação do planejamento estratégico.
Bibliografia básica: BESANKO, D.; DRANOVE, D.; SHANLEY, M.; SCHAEFER, S. A economia da estratégia. Porto Alegre: Bookman, 2012. CERTO, Samuel C. et al. Administração estratégica: planejamento e implantação da estratégia. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice-Hall, 2005. FISCHMANN, Adalberto A.; ALMEIDA, Martinho Isnard R. Planejamento estratégico na prática. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2002. GONÇALVES, C. (org.) Manual de ferramentas de estratégia empresarial. São Paulo: Atlas, 2008. KAPLAN, Robert S. I.; NORTON, David P. A estratégia em ação: Balanced Scorecard. 22. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 1997. KIM, W. C.; MAUBORGNE, R. A estratégia do oceano azul. 13. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Planejamento estratégico: conceitos, metodologias e práticas. 26. ed. São Paulo: Atlas: São Paulo, 2009. SERRA, F. R. et al. Gestão estratégica: conceitos e casos. São Paulo: Atlas, 2013.

2. Curso: Auxiliar de escritório: departamento administrativo
--

Carga horária: 6 horas
Forma de execução: 12 videoaulas de 30 minutos.
Ementa: O mercado e o ambiente de negócios; a estrutura e funcionamento organizacional, o papel e atividades do Setor Administrativo em seus principais aspectos: práticas de administração de recursos humanos, processos, materiais, contabilidade e finanças. Informações sobre o mercado e o mundo do trabalho; trabalho em equipe
Bibliografia básica: CASTIGLIONI, José A. de M. Assistente Administrativo. 7ª ed. S.Paulo: Erica, 2015. MASIERO, Gilmar. Administração de empresas: teoria e funções com exercícios e casos. 3ªed. São Paulo: Saraiva, 2012. SINCLAYR, Luiz. Organização e Técnica Comercial. 21ª ed. Saraiva. SOBRAL Felipe, PECL Alketa. Administração: Teoria e prática no contexto Brasileiro, S.Paulo: Pearson 2013.

3. Curso: Marketing na gestão empresarial

Carga horária: 6 horas
Forma de execução: 12 videoaulas de 30 minutos.
Ementa: Desenvolvimento de estratégias e planos de marketing, Elaboração de cenários, diagnóstico e controle, necessários para o planejamento estratégico da organização. Apresenta diversas tendências esperadas nos usos de seus instrumentos e práticas. Planejamento estratégico corporativo, unidades de negócios. Natureza e conteúdo de um plano de marketing.
Bibliografia básica: CAMPOMAR, Marcos Cortez & IKEDA, Ana Akemi. O Planejamento de Marketing. São Paulo: Saraiva 2006. KOTLER, Philip & KELLER, Kevin L. Administração de Marketing. 14 ed. São Paulo: Pearson, 2012. MALHOTRA, Naresh. Planos de Marketing. São Paulo: Saraiva 2013. EMERY, Stewart. Gestão estratégica do design: como um ótimo design fará as pessoas amarem sua empresa. São Paulo: Editora MBooks, 2009. GUILLERMO, Álvaro. Branding: Design e estratégias de marcas. São Paulo: Ed. A Girafa, 2008. BRUNNER, Robert; GUIMARÃES, Luciano. As cores na mídia. São Paulo: Annablume, 2003. PEON, MARIA LUISA. Sistemas de Identidade Visual. São Paulo: Ed. 2AB, 2003. VILLAS BOAS, André. Identidade e Cultura. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.

4. Curso: Introdução ao faturamento – fundamentos financeiros

Carga horária: 6 horas

Forma de execução: 12 videoaulas de 30 minutos.

Ementa: Propiciar ao Aluno o conhecimento teórico e prático para atuar nos processos administrativos e financeiros da empresa. Executar e Controlar operações financeiras, obedecendo critérios estabelecidos pelas normas em vigor, e as necessidades dos setores internos e externos. Conceituar e mostrar procedimentos básicos no processo de faturamento; introdução a legislação tributária e a importância dos documentos fiscais; especificar documentos utilizados no faturamento; compreender a importância do arquivamento; promover a crítica construtiva para o crescimento pessoal e profissional.

Bibliografia básica:

BELLOTTO, Heloísa Liberalli. Arquivos Permanentes: Tratamento Documental. 2º ed. rev.ampl.Rio de Janeiro: FGV editora, 2004

SANDRONI, Paulo. Novíssimo Dicionário de Economia. São Paulo, Best Seller, 2003

RIBEIRO, Osni Moura. Contabilidade Básica Fácil. 21 ed. Saraiva:1997

5. Curso: Práticas de sustentabilidade para empresas – ISSO 140001

Carga horária: 6 horas

Forma de execução: 12 videoaulas de 30 minutos.

Ementa:

Implicações da Crise Ambiental para a estratégia das empresas e o empreendedorismo: Riscos e Oportunidades; Aplicação dos conceitos de desenvolvimento Sustentável e Sustentabilidade empresarial a novos negócios; Ecoestratégias pós Quioto e economia verde; Definição de Empreendedorismo Sustentável e Tipos de Econegócios; Mapeamento de Oportunidades de Econegócios; Ecodesign, Inovação e Marketing Verde; Como planejar um empreendimento sustentável; Medição do Impacto ambiental de produtos e operações e medição da sustentabilidade de novos empreendimentos.

Bibliografia básica:

ALMEIDA, Fernando. O Bom Negócio da Sustentabilidade.; Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2002.

BROWN, Lester R. Eco economia construindo uma economia para a terra; Salvador: UMA, 2003.

DIAS. Reinaldo. Eco Inovação O caminho para o crescimento Sustentável; São Paulo: Atlas, 2014.

ESTY Daniel C; WINSTON, Andrew S. Green to gold: . how smart companies use environmental strategy to innovate, create Value, and build Competitive Advantage; New Haven: Yale University, 2006.

MANZINI, Ezio; VEZZOLI, Carlo. O Desenvolvimento de Produtos Sustentáveis Os Requisitos Ambientais dos Produtos Industriais; São Paulo: Edusop, 2008.

WEBER, KARL; SAVITZ, ANDREW. A Empresa Sustentável:. , 2009 O Verdadeiro

Sucesso e Lucro Com Responsabilidade; Rio de Janeiro: CAMPUS, 2009.

6. Curso: Introdução a gestão de equipes

Carga horária: 6 horas

Forma de execução: 12 videoaulas de 30 minutos.

Ementa: Desenvolvimento de equipe. Estágios de desempenho de grupo. Objetivos. Tipos. Papéis fundamentais. Planejamento de desenvolvimento de equipe: fases do desenvolvimento. Funções. Liderança. Fenômenos de grupo. Barreiras ao desenvolvimento de equipes. Avaliação de resultados em desenvolvimento de equipe. Conceito de clima organizacional, técnicas de levantamento de informações de clima organizacional. Desenvolvimento e implementação de um plano de gestão de Clima Organizacional, a partir de uma pesquisa de Clima quantitativa ou qualitativa.

Bibliografia básica:

FIORELLI, Jose Osmir. Psicologia para administradores: integrando teoria e prática. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2007.

FLEURY, A.; FLEURY, M. T. L. Estratégias empresariais e formação de competências: um quebra-cabeça caleidoscópico da indústria brasileira. 3. ed. São Paulo: Atlas 2004.

LAFLEY, A. G.; CHARAN, R. O jogo da liderança. Rio de Janeiro: Campus, 2008
PAGÉS, M.; BONETTI, V.; GAULEJAC, V. de ; DESCENDRE, D. O poder das organizações. São Paulo: Atlas, 2008.

ROBBINS, Stephen P. Administração: mudanças e perspectivas. São Paulo: Saraiva, 2000.

SILVA, V. et al. Gestão de RH por competências e empregabilidade. 2. ed. Campinas: Papirus, 2005.

ULRICH, D. et al. O código da liderança. São Paulo: Best Seller, 2009.

7. Curso: Gestão de logística 4.0

Carga horária: 6 horas

Forma de execução: 12 videoaulas de 30 minutos.

Ementa: Proporcionar estudo sobre planejar e colocar em prática melhorias na logística e cadeia de suprimentos e executar projetos, considerando aspectos econômicos, organizacionais, humanos e desenvolver competências direcionadas à formulação de estratégias competitivas, para os novos desafios da indústria brasileira.

Bibliografia básica:

BARRETO, L.; AMARAL, A.; PEREIRA, T. Industry 4.0 implications in logistics: an overview. Procedia Manufacturing, v. 13, p. 1245–1252, 2017.

BOWERSOX, Donald J.; CLOSS, David J. Logística empresarial: o processo de

integração da cadeia de suprimento. São Paulo: Atlas, 2010. CHRISTOPHER, Martin. Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos: criando redes que agregam valor. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010. BALLOU, Ronald H. Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006. REIS, J. G. M. et al. Qualidade em Redes de Suprimentos: A Qualidade Aplicada ao Supply Chain Management. São Paulo: Atlas, 2015. SACOMANO, J. B. et al. Indústria 4.0 Conceitos e Fundamentos. São Paulo: Blucher, 2018. SCHMIDTKE, N. et al. Technical potentials and challenges within internal logistics 4.0. Proceedings - GOL 2018: 4th IEEE International Conference on Logistics Operations Management, p. 1–10, 2018. STRANDHAGEN, J. O. et al. Logistics 4.0 and emerging sustainable business models. Advances in Manufacturing, v. 5, n. 4, p. 359–369, 2017.

8. Curso: Construção de marcas inovadoras

Carga horária: 6 horas

Forma de execução: 12 videoaulas de 30 minutos.

Ementa: Branding e planejamento das marcas. Identidade das marcas. Posicionamento das marcas. Ciclo de vida e longevidade das marcas. Marcas, consumidores e sociedade. Sustentabilidade, responsabilidade social e construção de valor

Bibliografia básica:

AACKER, David. On Branding: 20 Princípios que Decidem o Sucesso das Marcas. 1ª Edição; Porto Alegre: Bookman, 2015.

LINDSTROM, Martin. Brandsense: segredos sensoriais por trás das coisas que compramos. 2ª Edição; Porto Alegre: Bookman, 2011.

ROWLES, Daniel. Digital Branding: estratégias, táticas e ferramentas para impulsionar o seu negócio na era digital. 1ª edição; Belo Horizonte: Autêntica Business, 2019.

SEMPRINI, Andrea. A marca pós-moderna. 1ª Edição; São Paulo: Estações das Letras, 2006.

9. Curso: Contabilidade para micro e pequenas empresas

Carga horária: 6 horas

Forma de execução: 12 videoaulas de 30 minutos.

Ementa: Microempresa e empresa de pequeno porte. Regulamentações da escrituração contábil. Escrituração contábil para micro e pequenas empresas. Demonstrações contábeis para micro e pequenas empresas. Obrigações simplificadas para micro e pequenas empresas.

Bibliografia básica:

FERRONATO, Aírto João. Gestão contábil-financeira de micro e pequenas empresas: sobrevivência e sustentabilidade. São Paulo: Atlas, 2011.

IUDICÍBUS, Sérgio de. et al. Contabilidade introdutória. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

IUDICIBUS, Sérgio de...[et.al.]. Manual de contabilidade societária. FIPECAFI – Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuarias e Financeiras, FEA/USP. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2012.

MARION, José Carlos. Contabilidade Empresarial. 16. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

PAULA, José Carlos de; MARINS, Telmo Santos. Gestão de Crédito para Micro e Pequenas Empresas. 1. ed. São Paulo: IOB, 2012.

SILVA, Edivan Morais. Manual da contabilidade simplificada para micros e pequenas empresas (ITG 1.000). 5. ed. São Paulo: IOB, 2013.

VEIGA, Windsor Espenser; SANTOS, Fernando de Almeida. Contabilidade: com ênfase em micro, pequenas e médias empresas. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

10. Curso: Introdução Business Analytics

Carga horária: 6 horas

Forma de execução: 12 videoaulas de 30 minutos.

Ementa: Introdução à Visualização de Dados Dashboard PowerBI e Criação de relatórios; Cloud Data e Conexão em Analysis Services Azure: Exemplos de Aplicações. Conceitos e aplicações de tecnologias Business Intelligence (BI): visão empresarial, ferramentas computacionais e relação com sistemas de gestão; Data Warehouse e Interface OLAP e Conceitos Básicos de Data Mining

Bibliografia básica:

DAVENPORT, T. H. Big Data no Trabalho; Rio de Janeiro: Alta Books, 2017.

FERRARI, A.; RUSSO, M. The Definitive Guide to DAX: Business intelligence for Microsoft Power BI, SQL Server Analysis Services, and Excel, (2nd Edition); ...: Microsoft Press, 2019.

FAWCETT, T.; PROVOST, F.; BOSCATO, M. Data Science para Negócios; Rio de Janeiro: Alta Books, 2016.

KIMBALL, R. The Data Warehouse Toolkit: The Definitive Guide to Dimensional Modeling; ..: John Wiley & Sons, 2013.

SILVA, L. N. C.; FERRAR, D. G.; QUERO, P. Introdução à Mineração de Dados. Conceitos Básicos, Algoritmos e Aplicações; São Paulo: Saraiva, 2016.

SILVA, R. F. Power BI - Business Intelligence Clinic: Create and Learn, Independently Published; .., 2018.

11. Curso: Segurança na internet

Carga horária: 6 horas

Forma de execução: 12 videoaulas de 30 minutos.

Ementa: Possibilitar ao discente a habilidade de identificar e descrever como as organizações podem proteger a sua informação, minimizando riscos e garantindo continuidade do negócio, implementar soluções de segurança da informação, planejar e propor políticas para controle de riscos aplicando os conhecimentos e técnicas estudados na disciplina.

Bibliografia básica:

SÊMOLA, Marcos. Gestão da Segurança da Informação: uma visão executiva – Rio de Janeiro: Elsevier, 2014 – 2ª edição. ISBN-978-85-352-7178-2

BEAL, Adriana. Segurança da informação: princípios e melhores práticas para a proteção dos ativos de informação nas organizações. São Paulo: Atlas, 2005. 175 p. ISBN 8522440859 (broch.).

FERREIRA, Fernando Nicolau Freitas, ARAÚJO, Márcio Tadeu de. Política de Segurança da Informação – Guia Prático para Elaboração e Implementação – Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna Ltda., 2008 – 2ª Edição Revisada. ISBN- 978-85-7393-771-8

12. Curso: Plano de negócios

Carga horária: 6 horas

Forma de execução: 12 videoaulas de 30 minutos.

Ementa:

Conceito de Plano de Negócios. Benefícios. Aplicações. Estrutura. Sumário executivo. Descrição da empresa e características do empreendimento. Funções fundamentais do negócio. Planejamento estratégico. Análise do mercado e fatores de competitividade. Produtos e serviços. Estratégias competitivas. Marketing. Gestão e estrutura organizacional. Plano operacional. Plano financeiro de custeio e de investimentos. Fontes de financiamento.

Bibliografia básica:

BIZOTTO. Cardos Eduardo Negrão - Plano de Negócios para Empreendimentos Inovadores. São Paulo: Atlas 2008.

DORNELAS. Jose Carlos Assis - Plano de Negócios: O Seu Guia Definitivo - Editora: Elsevier - Campus

SAMPAIO, C. H. Planejamento Estratégico para Pequenas Empresas. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2004.

13. Curso: E-social

Carga horária: 6 horas

Forma de execução: 12 videoaulas de 30 minutos.

Ementa:

eSocial aspectos teóricos e legais: objetivos, objetos e conceitos do eSocial, regras gerais para sua implantação: obrigações acessórias que serão substituídas (Caged, Rais, Sefip, Dirf, Cat, Ppp, Manad E Folha de Pagamento), visão geral do sistema e fluxo das informações, análise das verbas incidentes INSS, IRRF, FGTS,

cronograma, recepção do evento no ambiente eSocial, modelo operacional, certificado digital e código acesso web

Bibliografia básica:

BRASIL. Decreto n. 8373, de 11 de dez. de 2014. Institui o Sistema de Escrituração Digital das Obrigações Fiscais, Previdenciárias e Trabalhistas - eSocial e dá outras providências.. eSocial. Brasília, p. 1-2, dez. 2014. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato20112014/2014/decreto/d8373.htm>.

Acesso em: 25 de setembro de 2023

FEDERAL, Governo. ESocial. Disponível em: <<http://portal.esocial.gov.br/>>. Acesso em: 08 out. 2018. Ø FEDERAL, Governo. ESocial. Brasília: Planalto, 2014. 1 p.

Disponível em: <<https://portal.esocial.gov.br/manuais/mos-v-2-4-02-publicada-cg.pdf>>. Acesso em: 25 de setembro de 2023

MARIN, Hamilton; GONÇALVES, Nilton. Liderança de Sucesso em tempos de eSocial. [S.l.: s.n.], 2018. 23 p. Disponível em:

<<http://editweb.com.br/produto/lideranca-de-sucesso-em-tempos-de-esocial>

CARVALHO, Zenaide. ESocial nas Empresas e Escritórios Contábeis (Prefácio de Sergio Faraco – Conselheiro do CFC) e eSocial nos Órgãos Públicos.. [S.l.: s.n.], 2017. 398 p. Disponível em: <<https://livroesocial.com.br/>>.

14. Curso: RH - estratégico

Carga horária: 6 horas

Forma de execução: 12 videoaulas de 30 minutos.

Ementa:

Estudo da relação entre a empresa e seus recursos humanos. Reflexão sobre a política geral de gestão de pessoas: a integração e a produtividade do trabalhador. Análise da gestão estratégica e da gestão de recursos humanos para os resultados organizacionais. Estudo da coordenação sistêmica da administração de gestão de pessoas e sua influência no clima organizacional. Debate sobre o planejamento e sistema de informação, bem como sobre a influência dos aspectos práticos e do processo de trabalho na vivência da gestão de recursos humanos nas organizações.

Bibliografia básica:

MARRAS, Jean Pierre. Administração de Recursos Humanos: do Operacional ao Estratégico. 14 ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

PINTO, Sandra Regina da Rocha; PEREIRA, Claudio de Souza. Dimensões Funcionais da Gestão de Pessoas. 9 ed. Rio de Janeiro: FGV. 2008.

CHIAVENATO, Idalberto. Recursos Humanos: O Capital Humano nas Organizações. São Paulo: Atlas. 2008.

FERNANDES, Bruno Henrique Rocha; BERTON, Luiz Hamilton. Administração Estratégica: Da Competência Empreendedora à Avaliação de Desempenho. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2012. (livro eletrônico)

15. Curso: Segurança do trabalho

Carga horária: 6 horas

Forma de execução: 12 videoaulas de 30 minutos.

Ementa:

Conceitos e Legislação de Segurança do Trabalho. Análise de Riscos. Acidentes e Doenças do Trabalho: Princípios, Regras e Métodos de Prevenção. Equipamentos de Proteção Individual e Coletiva. Prevenção e Combate a Incêndio. Sinalização de Segurança. Serviços em Eletricidade. Segurança em Máquinas, Equipamentos e Ferramentas. Organização da Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA). Serviço Especializado em Engenharia de Segurança e em Medicina do Trabalho (SESMT). Elaboração de Programa de Condições e Meio Ambiente do Trabalho (PCMAT).

Bibliografia básica:

CARDELLA, Benedito. Segurança no trabalho e prevenção de acidentes: uma abordagem holística: segurança integrada à missão organizacional com produtividade, qualidade, preservação ambiental e desenvolvimento de pessoas. São Paulo: Atlas, 1999.

SALIBA, Tuffi Messias et al. Higiene do trabalho e programa de prevenção de riscos ambientais. 2ª ed. São Paulo: LTR, 1998.

SEGURANÇA e medicina do trabalho: Lei n.6.514, de 22 de dezembro de 1977, normas regulamentadoras (NR) aprovadas pela Portaria nº 3.214, de 08 de junho de 1978, normas regulamentadoras rurais. 54ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

16. Curso: Mindset digital

Carga horária: 6 horas

Forma de execução: 12 videoaulas de 30 minutos.

Ementa: No Curso de Mindset Digital, da área Administração, você aprenderá sobre tecnologias inovadoras e como elas estão mudando o modo de trabalho do ser humano; saberá mais sobre como ser digital, DNA digital, a importância das pessoas na inovação, e muito mais.

Bibliografia básica:

BURDEA, G.; COIFFET, P. Virtual Reality Technology. 2ª ed. Wiley, 2003.

CASE, S. A Terceira Onda da Internet: Como reinventar os negócios na era digital. 1ª ed. Alta Books, 2018.

MELO, A; ABELHEIRA, R. Design Thinking & Thinking Design: metodologia, ferramentas e uma reflexão sobre o tema. São Paulo: Novatec, 2015.

ROGER D. L.; SERRA, A. C. C. Transformação digital: repensando o seu negócio para a era digital. São Paulo: Editora Autêntica Business, 2017.

SUTHERLAND, J; SCHWABER, K. The Scrum Guide. 11/2017. Disponível em: <<https://www.scrumguides.org/docs/scrumguide/v2017/2017-Scrum-Guide-Portuguese-Brazilian.pdf>>. Acesso em: 10/06/2019. TAPPSCOT, D. A hora da geração digital. São Paulo: Editora Agir, 2010.

17. Curso: Como criar sites

Carga horária: 6 horas

Forma de execução: 12 videoaulas de 30 minutos.

Ementa:

O Curso de Como Criar Sites com Wordpress, da área Informática, apresenta todos os pontos mais importantes para a criação de sites bem elaborados e modernos utilizando todas as ferramentas do wordpress. Aqui você vai aprender desde a criação de um layout profissional no fireworks, até a criação de cada uma das partes do site no dreamweaver, e por fim, como transformar seu site em um tema para Wordpress passando por todas as principais ferramentas que ele possui.

Bibliografia básica:

ODRIGUES, A. Desenvolvimento para Internet. Curitiba: Editora LT, 2010.
MARCONDES, C.A. HTML 4.0 Fundamental: A Base da Programação para Web. 2.ed. São Paulo: Érica, 2007.
MORRISON, M. Use a Cabeça JavaScript. Rio de Janeiro: Alta Books, 2008.
SILVA, M.S. JavaScript: Guia do programador. São Paulo: Novatec Editora, 2010

18. Curso: Como elaborar contratos

Carga horária: 6 horas

Forma de execução: 12 videoaulas de 30 minutos.

Ementa: Este Curso de Como elaborar contratos, da área Direito, ensina sobre as concepções de contrato, a sua natureza jurídica e os tipos de interpretação. Além disso, você aprenderá como ocorre o contrato de compra e venda, de troca, de locação e de prestação de serviços.

Bibliografia básica:

CANDELORO, Ana Paula P. Compliance 360º: riscos, estratégias, conflitos e vaidades no mundo corporativo, São Paulo: Trevisan Editora Universitária, 2012;
CARVALHO, André Castro; ALVIM, Tiago Cripa; BERTOCCELLI, Rodrigo;
VENTURINI, Otavio. Manual de Compliance. 2.ed – Rio de Janeiro: Forense, 2020;
CHELIGA, Vinícius; TEIXEIRA, Tarcísio. Inteligência Artificial: aspectos jurídicos. 2. ed. rev. e atual., Salvador: Editora JusPodivm, 2020;
GOMES, Orlando. Contratos. 20ª ed., Rio de Janeiro, Forense, 2000;
Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (2015). Código de melhores práticas de governança corporativa. Disponível em <https://conhecimento.ibgc.org.br/Paginas/Publicacao.aspx?PubId=21138>
ROSENVALD, Nelson; CHAVES, Cristiano. Curso de Direito Civil – Contratos – Teoria Geral e Contratos em Espécie – 4º vol. 6a ed. rev. e atual., Salvador/BA: JusPODIVM, 2016;

19. Curso: Gestão de estoque

Carga horária: 6 horas

Forma de execução: 12 videoaulas de 30 minutos.

Ementa: Gestão de estoques e patrimônio, sistemas básicos de estocagem, transporte e manuseio de materiais. Compra: procedimentos e lote econômico. Controle de patrimônio.

Bibliografia básica:

BOWERSOX, D.J. CLOSS, D.J.; COOPER, M.B. Gestão Logística de cadeias de suprimentos. Porto Alegre: Bookman, 2006. 2.

CHOPRA, S.; MEINDL, P. Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos: estratégia, planejamento e operação. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

FRANCISCHINI, Paulino G.; GURGEL, Floriano do Amaral. Administração de Materiais e do Patrimônio. São Paulo: Cengage Learning, 2010. 3.

RENDER, Barry; STAIR JR, Ralph M.; HANNA, Michael. Análise Quantitativa para Administração. Porto Alegre: Bookman, Décima Edição, 2010.

20. Curso: Gestão de relacionamento com o cliente

Carga horária: 6 horas

Forma de execução: 12 videoaulas de 30 minutos.

Ementa:

Conceitos Básicos de Marketing de Relacionamento. Gerenciamento do Relacionamento com os clientes (CRM). Etapas da aplicação de CRM. O Papel da Tecnologia da Informação.

Bibliografia básica:

SWIFT, Ronald. CRM - Customer Relationship Management: o revolucionário Marketing de Relacionamento com o Cliente. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

STONE, Merlin et alli. CRM - Marketing de Relacionamento com os Clientes. São Paulo: Futura, 2001.

GORDON, I. Marketing de Relacionamento – Estratégias, Técnicas e Tecnologias para Conquistar Clientes e Mantê-los para Sempre, Ed. Futura, São Paulo, 1998.

c. Mentorias

Mentoria empresarial, é uma solução que precisa ser incorporada ao processo de desenvolvimento do capital humano do negócio por diversos fatores. Quando olhamos especificamente para o desenvolvimento de lideranças, a aplicação desta metodologia vai desencadear uma série de consequências positivas e estrategicamente relevantes para a empresa.

Nesse sentido, a Mentoria Empresarial é um processo deliberado de transferência de conhecimento e visão de uma pessoa (mentor) para outra. Assim, contar com um mentor experiente, com vivência em Recursos Humanos, liderança e gestão de negócios e equipes, vai fazer toda a diferença na condução de negócios.

Muitos confundem os conceitos práticos de consultoria e mentoria. Segundo Eduardo Nogueira, presidente da Associação Brasileira dos Mentores de Negócios (ABMEN), existe grande diferença entre esses conceitos.

Para ele, a natureza da consultoria é completamente diferente de mentoria. A primeira busca a entrega de ferramentas e uma solução prática para resolver os problemas. Apenas isso. A mentoria vai muito mais além, existe o compromisso com a aprendizagem ou com o desenvolvimento do conhecimento no outro. Enquanto o consultor entrega os caminhos a serem percorridos, de maneira prática indicando a melhor maneira de resolver um problema, o mentor busca no mentorado uma consciência crítica, de maneira que o próprio empreendedor possa entender como analisar e solucionar seus problemas.

Nem sempre o mentor terá resposta para todos os questionamentos de um mentorado, mas sua experiência, vivência, seus erros, acertos e tudo aquilo que compõe seu repertório cultural e empresarial podem servir de referências para aquele que em determinado momento precisa de uma luz para a tomada de decisões. Por isso o principal papel de um mentor é proporcionar que aquele empresário que está sendo mentorado tenha autonomia para analisar cenários, buscar informação e acima de tudo, saber o momento certo da tomada de decisão.

Qualquer empreendedor, por mais preparado que esteja, não deveria renunciar ao apoio de terceiros no seu negócio. É comum que as pessoas em suas funções, estejam muito absorvidas pelo processo. Em geral, nas empresas brasileiras, os gestores têm uma quantidade enorme de demandas e contam com estruturas extremamente enxutas, sendo muito comum ser absorvido pelo processo. Aquele que cai nesta armadilha, tem muita dificuldade para ver o todo.

No decorrer do processo de Mentoria, o mentorado vai receber orientações, sugestões, passar por provocações e estímulos. Durante esta relação, o mentor vai auxiliar a identificar as melhores decisões, reconhecer habilidades e o perfil de liderança. Logo, é importante que mentores sejam bons ouvintes, didáticos e bastante diretos. Assim sendo, espera-se que a partir desta clareza e da validação da maneira de gerir, o mentorado passe a exercer a liderança das equipes com mais desenvoltura e eficiência.

Com esse conceito bem claro em mente, a **AECEC** formará uma equipe de profissionais para realizar as mentorias. Serão profissionais com experiência comprovada na gestão de negócios, gerência executiva e formação de pessoas.

Nossa equipe fará diagnósticos das empresas e empreendedores mentorados, e cada um dos mentores acompanhará 05 organizações diferentes. As organizações recebem **10 horas semanais** de atendimento, **totalizando 60 horas** durante a execução do projeto.

De segunda a sexta o mentor está visitando suas empresas e ao término da semana, sexta-feira, ele fecha os relatórios, faz suas considerações e dá feedbacks diversos para os mentorados.

O trabalho de mentoria a ser realizado no âmbito do Programa INOVA DF, preconizará atendimento individualizado junto a empresas de diversos segmentos empresariais nas localidades de Regiões Administrativas do Distrito Federal. Em todas estas regiões pretende-se atender um conjunto de no mínimo 200 empresas.

Como primeiro aspecto, entendemos que seja relevante comentar que todos os mentores, que farão parte do quadro para execução do Programa INOVA DF, além do curso de graduação possuem alguma experiência em áreas correlatas ou complementares a gestão empresarial como marketing, design,

engenharia, tecnologia, inovação, gestão de pessoas e entre outros. Além destes aspectos todos os mentores possuem vivência empresarial. A junção destes fatores torna o trabalho do mentor mais efetivo junto ao nosso público-alvo.

A **AECEC**, com sua experiência em capacitação e mentoria, realiza um processo permanente de aprimoramento dos mentores, viabilizando capacitações, tanto virtuais como presenciais, nos mais diversos temas.

Processo de Mentoria (execução em campo) - O trabalho dos mentores em campo está dividido nas seguintes etapas: a) identificação e prospecção de empresas, b) diagnóstico de campo, c) mentoria propriamente dita, d) monitoramento dos trabalhos, e) avaliação dos resultados.

No decorrer do processo de mentoria, o mentorado vai receber orientações, sugestões, passar por provocações e estímulos. Durante esta relação, o mentor vai auxiliar a identificar as melhores decisões, reconhecer habilidades e o perfil de liderança. Logo, é importante que mentores sejam bons ouvintes, didáticos e bastante diretos. Assim sendo, espera-se que a partir desta clareza e da validação da maneira de gerir, o mentorado passe a exercer a liderança das equipes com mais desenvoltura e eficiência.

De segunda a quinta o mentor visitará as empresas e ao término da semana, sexta-feira, ele fechará os relatórios, fará suas considerações e dará feedbacks diversos para os mentorados. Essa tabela organizacional pode sofrer alterações de acordo com a conveniência das empresas atendidas, de maneira que mentor e mentorados podem combinar e planejar os horários de atendimento que forem melhores para os empreendedores.

A mentoria será realizada no local das empresas, para uma melhor verificação *in loco*, das dificuldades e pontos fortes do empresário. O cronograma das atividades será definido de acordo com a disponibilidade de horário dos empreendedores.

Dessa feita, atenderemos 200 empresas, sendo que para cada empresa será dedicado 60 horas de mentoria (visitas, entrevistas e elaboração de relatórios). Totalizando 12.000 horas de mentoria.

d. Pesquisa de maturação

Atreladas a mentorias, será aplicado uma pesquisa de maturidade, para fazer um registro do momento atual da empresa e a evolução que se chegou ao final da execução do programa, além de se trabalhar um diagnóstico preciso para ajudar essas empresas no seu processo de evolução.

Pode-se dizer que a maturidade empresarial está associada ao conhecimento adquirido ao longo do tempo e como esse conhecimento se transforma em resultados efetivos no dia a dia da empresa ou organização. Dessa maneira, podemos ter a maturidade da empresa relativa aos seus principais processos e saber o nível como eles são planejados, executados, controlados e gerenciados.

O fato de as empresas atuarem em um ambiente complexo e imprevisível, onde vários fatores influenciam permanentemente a tomada de decisões, têm feito com que as empresas revejam constantemente os seus processos, ferramentas de controle, sistemas gerenciais e as estratégias adotadas.

A arena competitiva é dinâmica e em muitos casos força a reflexão estratégica por parte das empresas, tendo como objetivo principal a maximização dos resultados.

O universo de empresas no DF é formado majoritariamente por micro e pequenas empresas (MPE), que atuam em um cenário com condições que são, geralmente, desfavoráveis. Embora, as MPE representem a grande maioria das organizações atuantes, muitas delas operam na informalidade e com pouca ênfase na gestão profissional, o que dificulta ainda mais a conquista de vantagens competitivas. Elementos como a escassez de recursos e a centralização da administração dificultam a disseminação das informações e do conhecimento do nível estratégico ao tático.

As empresas sofrem pressão de cinco forças competitivas, que variam de acordo com a organização de cada indústria. Essas cinco forças são: poder de negociação dos compradores, poder de negociação dos fornecedores, ameaça de novos concorrentes, ameaça de produtos ou serviços substitutos e a concorrência. Essas forças necessitam ser monitoradas pelos gestores e devem ser consideradas quando as estratégias são definidas.

Sabendo que o êxito empresarial depende não apenas da criação de vantagens competitivas, e sim da capacidade de se atualizar e renovar essas vantagens por parte da empresa, destacam-se como principais fatores determinantes da competitividade, e que podem ser de três tipos ou dimensões: estruturais, sistêmicos e empresariais.

Os fatores estruturais compreendem os fatores de competitividade de origem estrutural, que são aqueles onde a capacidade de intervenção da empresa é limitada, devido à atuação da concorrência. Estão relacionados ao ambiente competitivo em que a empresa está envolvida, abrangendo não somente as características da demanda e da oferta, mas também a atuação de instituições que podem oferecer incentivos ou algum tipo de regulação a livre concorrência.

Em segundo lugar encontram-se os fatores sistêmicos, que são aqueles em que a empresa possui escassa ou nenhuma possibilidade de intervir. No que se refere as formas diretas e indiretas em que os determinantes sistêmicos exercem influência na competitividade das empresas, isto pode ser visto a partir de dois ângulos. Pelo lado da oferta, estes determinantes afetam as condições de custos e qualidade em que estão disponíveis os insumos materiais, humanos, organizacionais e institucionais que originam o sistema de aprendizado, incorporação e geração de inovações de processo e produto. Já pelo lado da demanda, os determinantes sistêmicos definem em que medida e em que termos a sociedade irá demandar o desempenho competitivo das empresas.

Por último, os fatores empresariais ou internos à empresa são aqueles nos quais a empresa possui poder total de decisão e podem ser controlados ou modificados por meio de condutas ativas assumidas. Outra característica deste tipo de fator é que por meio dele a empresa procura se distinguir de seus rivais em termos de estratégias e gestão, capacitação para inovação produtiva e recursos humanos.

Um exemplo na prática: quais os procedimentos no processo de “contratação e demissão” de uma empresa? Eles são os mesmos de anos atrás? Provavelmente algumas coisas mudaram no decorrer do tempo. As situações e contextos podem estar diferentes, os erros, as falhas, os ensinamentos, enfim, todos

esses acontecimentos ajudaram a melhorar e aperfeiçoar as práticas que a empresa hoje utiliza.

Da mesma maneira que um indivíduo evolui e adquire maturidade com o passar do tempo, as empresas também evoluem, e as melhores sempre estarão em busca da tão sonhada “melhoria contínua”, ou seja, quanto mais evoluída ela é, mais maturidade ela tem.

Então, essa tarefa de elevar o índice de maturidade de gestão e inovação das empresas será crucial para entender onde estamos, e definirmos a melhor estratégia para chegar aos objetivos e metas estipuladas.

Buscando identificar o grau de maturidade e inovação das empresas do Distrito Federal, a metodologia que será utilizada para análise de maturidade que será aplicada ao contexto da inovação.

Serão aplicados questionários estruturados nas 200 empresas mentoradas a fim de mapear as competências necessárias à inovação, para que ao final o público-alvo do presente projeto alcance ganho de maturidade em inovação e competitividade, com metas de curto e médio prazo.

Serão extraídas das empresas participantes informações relevantes, dentre as quais: nome da empresa, nome fantasia, CNPJ, responsável, CPF do responsável, endereço, telefone, e-mail, CNAE segmento, porte, região administrativa, sendo que todos os questionários serão assinados pelas empresas participantes.

Como resultado, será gerado um *framework* que permitirá às organizações o diagnóstico e respectivo posicionamento quanto ao grau de maturidade em inovação de seus processos, produtos ou serviços. capaz de auxiliar na construção de métodos e as etapas que conduzam as beneficiárias a um resultado ótimo diante de sua aplicação prática.

No que diz respeito ao preenchimento do questionário de maturidade empresarial, se buscará um maior nível de honestidade e franqueza nas respostas, tendo claro que assim serão maiores os benefícios com as soluções e *feedbacks*.

Ao término do diagnóstico empresarial, será gerado um relatório e, caso necessário, a orientação de nossos especialistas.

O diagnóstico auxiliará no trabalho que será desenvolvido durante a execução de todo o programa, a fim de dar todo suporte necessário às empresas para que alcancem maturidade empresarial.

A maturidade empresarial não é algo fácil de adquirir, com o passar do tempo e relação com seu próprio espaço social-comercial que vai dizer a sua maturidade, cada pessoa adentra a essa realidade de forma diferente. O contato é crucial para desenvolver essa relação. O empreendedor requer estudo de espaço e o que vai ser colocado em foco no empreendimento, sempre com planejamento e foco no projeto. Alcançara maturidade empresarial é o sonho de todo empreendedor. Assim como inovar para manter sempre em ascendência.

Duarte e Santos (2011) observaram a importância do conhecimento para a construção das competências e desenvolvimento das vantagens competitivas ao estudarem antes de colocarem em foco as estratégias organizacionais.

Desenvolver uma visão sistêmica dos procedimentos que podem ser administrados para despertar

uma maturidade comercial é o caminho para todos que estão envolvidos em uma gestão ativa, que visa o desenvolvimento da empresa diante dos desafios do cotidiano. A necessidade de gerir diante da competitividade de mercado deixa aberto os espaços para o fortalecimento da empresa.

Evento de lançamento

Será realizado o evento de lançamento do programa INOVA DF, com coletiva de imprensa que irá dar visibilidade ao projeto e participantes, demonstrando o potencial econômico do Distrito Federal. Essa atividade acontecerá no dia 30 janeiro de 2024, no Planetário ou em outro lugar que Secretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação do Distrito Federal julgar ser mais adequado. Sugerimos o horário das 10h para que a imprensa acompanhe, juntamente de autoridades e empreendedores da área de inovação. Será um momento de apresentação das atividades, metas e objetivos do INOVA DF.

Evento de Encerramento

Será realizado o evento de encerramento do programa INOVA DF, com a entrega de certificados e apresentação de resultados do projeto, em local e data a serem definidos posteriormente juntamente com a Secretaria de Ciência e Tecnologia. Na ocasião todos os beneficiários do projeto serão convidados, bem como autoridades e demais incentivadores da inovação no DF. Data provável que será em novembro de 2024, com a indicação da data pela SECTI.

ESTRATÉGIA PARA MOBILIZAÇÃO DE PÚBLICO

Para que seja alcançado o objetivo proposto neste edital, é preciso uma minuciosa estratégia de mobilização, que implica em ações específicas para prospectar o público específico do projeto. Para isso iremos aliar uma equipe de prospectores qualificada e comunicação direcionada.

A equipe de prospectores visitará as empresas e trabalhadores, demonstrando os benefícios do programa e farão um pré-cadastro daqueles que se interessarem pelas atividades do projeto. Essa equipe será instruída, de forma que eles terão as ementas completas dos cursos, e orientações básicas para o público-alvo e como eles podem fazer parte. Além de informações sobre os resultados positivos que as empresas poderão obter após passarem pelo processo de capacitação e mentoria do projeto.

Trabalhar com um sistema assertivo de fornecimento e distribuição de informações faz toda a diferença para que se atinjam resultados extraordinários ao final do Programa. Por essa razão os mobilizadores visitarão cada empresa das 12 Regiões Administrativas (Planaltina, Sobradinho, Paranoá, Taguatinga, Samambaia, Ceilândia, Gama, Santa Maria e Recanto das Emas, Guara, Núcleo Bandeirante e Riacho Fundo) inseridas no Programa.

Para facilitar a abordagem dos prospectores, será elaborado um guia com todas as atividades do projeto, para que ao abordar o público ele possa fazer melhor o seu trabalho.

Quanto a comunicação será realizada por meio de redes sociais com patrocinados que direcionam ao público interessado nos temas dos cursos que serão oferecidos, veículos de grande circulação e panfletagem nas regiões administrativas onde acontecerá o projeto.

Com isso o que se busca é superar as expectativas relacionadas a estimativa de público-alvo capacitando empresas e trabalhadores das Regiões administrativas contempladas com o programa.

Dentre as quais deve capacitar:

- Curso presencial: capacitar no mínimo 250 pessoas em cada uma das 12 Regiões Administrativas.
- Curso a distância: capacitar no mínimo 700 pessoas empreendedores.
- Mentoria: mentorar 200 empresas inscritas.

AÇÕES ESTRATÉGICAS

a) Acessibilidade

As pessoas são diferentes, têm necessidades diferentes e o cumprimento da lei exige que a elas sejam garantidas as condições apropriadas de atendimento às particularidades individuais, de forma que todos possam usufruir das oportunidades existentes.

Neste sentido, o presente projeto, terá diversas ações para as pessoas com deficiência, possibilitando a acessibilidade e diversidade que tem o intuito de não somente incluir, mas também de acolher este público prevendo as seguintes ações todas as ações do projeto, principalmente para o curso presencial:

- Rampas de acesso localizadas em pontos estratégicos para atender aos beneficiários;
- Estacionamento reservado para pessoas com deficiência (PCD) e idosos;
- Banheiros adaptados para PCD;
- Intérprete de Libras nos cursos online;
- Toda a comunicação do projeto será voltada para incluir todas as deficiências, como por exemplo a utilização da hashtag #ParaCegoVer que é um termo associado a assuntos ou discussões que se deseja indexar em redes sociais, inserindo a simbologia (#) antes da palavra, frase ou expressão. #ParaCegoVer é a nossa expressão que será utilizada em todas as peças expostas na rede social.

Atendendo, portanto, o que está determinado na Lei federal nº 13.146, de 6 de julho de 2015 – Estatuto da Pessoa com Deficiência que determina a garantia de acessibilidade em atividades públicas.

b) Ações de Desenvolvimento Sustentável

Ser sustentável é se tornar um agente de transformações positivas para um mundo melhor. Dessa visão, surge um dos propósitos do INOVA DF em executar diversas ações sustentáveis, sendo elas: ambientais, inclusivas, estruturais, sociais e de atendimento

Os processos de desenvolvimento econômico e social estão intimamente ligados a ações de

sustentabilidade. Na perspectiva da sustentabilidade, a dimensão ambiental trabalha aspectos concretos das limitações dos recursos naturais. As atividades humanas sempre estiveram subordinadas aos fenômenos naturais e as capacidades do planeta. Visto isso, há que se respeitar a dimensão ambiental (ou ecológica) da sustentabilidade. Esta dimensão compreende a obediência aos ciclos temporais da terra, preservando fontes energéticas e de insumos naturais, objetivando a mínima deterioração do meio ambiente. Para promover a reflexão e incentivar o público iremos apresentar as seguintes ações sustentáveis durante o todo o projeto:

- Fomentar a cultura da sustentabilidade por meio da comunicação, com posts e cartazes com ações que incentivam a preservação do meio ambiente.
- Fazer a coleta seletiva de resíduos, com a utilização de lixeiras devidamente identificadas, separando os materiais recicláveis do lixo orgânico, no qual será feita a triagem sustentável para a melhor destinação.
- Doação de todos os lixos recicláveis para cooperativas de reciclagem.
- Não serão utilizados copos plásticos no presente projeto, será incentivado o uso da garrafa de água, importante ferramenta no processo de redução de lixo e na conscientização sobre o impacto ambiental de tudo o que consumimos, para os participantes e equipe de trabalho.
- Proibição do uso de canudos plásticos conforme dispõe Lei distrital nº 6.266/2019.

Ser sustentável é se tornar um agente de transformações positivas para um mundo melhor.

FORMAS DE CONTRATAÇÃO

As despesas de pagamento da força de trabalho dos profissionais terão como fonte o Termo de Colaboração que será firmado. Os profissionais poderão ser contratados via Microempreendedor individual – MEI ou empresas, conforme cada caso. a fim de respaldar a OSC de encargos tributários e trabalhistas. A contratação por meio de empresa tem- se mostrado uma ótima alternativa haja vista que, em caso de eventual falta do profissional, este é prontamente substituído, evitando prejuízos ao serviço a ser ofertado.

DO DECRETO Nº 43.054/2022

Em que pese a considerável melhora nos dados relativos à pandemia da Covid-19 no Distrito Federal, ainda está vigente o Decreto nº 43.054 de 03 de março 2022, o qual dispõe sobre as medidas para enfrentamento da emergência de saúde pública de importância internacional decorrente da COVID-19 (Sars-Cov-2). Atualmente, as atividades presenciais estão sendo permitidas, porém, caso seja necessário, a OSC realizará a adequação do evento e das atividades à realidade vivenciada e às restrições impostas pelo

Distrito Federal.

DINAMICA DO PROJETO

Etapa de pré-produção: Na pré-produção, várias etapas são realizadas para preparar todas as bases necessárias antes de iniciar a produção propriamente dita. Essa fase é crucial para garantir que o projeto seja bem planejado e executado com eficiência.

ATIVIDADE DE PRÉ PRODUÇÃO	DATA
Contratação de recursos humanos especializados - Diretor, Coordenação Produção, Coordenação Administrativo, Coordenador Pedagógico dos cursos presenciais, Coordenador dos cursos online, Coordenador de Mentoria, Assessoria Jurídica, Assessoria de Imprensa, Contador e Gestão de Redes Sociais	28/12 a 10/01/2024
Contratação dos professores e mentores - elaboração material didático – apostilas	28/12 a 10/01/2024
Contratação mobilizadores, equipe de apoio	28/12 a 10/01/2024
Organização e contratação da infraestrutura necessária para o programa	28/12 a 10/01/2024
Visitação e escolha das salas onde acontecerão as aulas presenciais	28/12 a 28/01/2024
Reunião Inicial –no qual serão estabelecidas responsabilidades e transmitido à equipe	12/01/2024
Elaboração da identidade visual, formatação do site e divulgação da programação nas redes sociais, confecção do material gráfico e site	28/12 a 10/01/2024
Divulgação ostensiva do Programa nas redes sociais, veículos de grande circulação	10/01/2024 a 03/03/2024
Reunião de professores presenciais e coordenação e preparação para as aulas	15/01 a 19/01
Início das gravações das aulas online	15/01 a 03/03
Visita dos mobilizadores às empresas para prospecção para as aulas de capacitação e	02/02/2024 a 02/03/2024

mentoria	
Período de inscrições dos cursos onlines e presenciais de acordo com a RA	30/01 a 15/10

Etapa de produção/execução: Realização do programa INOVA DF nas 12 regiões administrativas.

ATIVIDADE DE PRODUÇÃO	DATA
Lançamento – INOVA DF com início das inscrições	30/01/2023
Início dos cursos presenciais	04/03 a 25/10
Início da disponibilização dos cursos onlines	04/03 a 25/11
Início das mentorias	1/04 a 25/10
Finalização do relatório de maturação das empresas	26/10 a 26/11
Evento de encerramento do projeto	10/12

Etapa de pós-produção: análise de dados da pesquisa de satisfação, elaboração de relatório final, conciliação bancária e prestação de contas.

ATIVIDADE DE PÓS PRODUÇÃO	DATA
Conciliação bancária	26/11 a 10/12
Finalização do relatório setorizado	26/11 a 26/12

OBJETIVOS :

a. Objetivo Geral: Capacitar empresas e pessoas físicas para melhorar a geração de emprego, renda e aumento da produtividade e qualidade de produtos e serviços, processos, gestão, modelo de negócio com impacto positivo no faturamento das empresas. Para isto, busca desenvolver competências comportamentais nos temas: gestão de processos, certificação de pessoas e competências; Inserir ferramentas práticas passíveis de aplicação imediata, com intuito de integrar e institucionalizar melhorias contínuas nos processos das empresas e seus trabalhadores; e a modernização técnica, mediante o acesso às novas tecnologias que melhorem seus processos/produtos.

b. Objetivos Específicos

- Disponibilizar no mínimo 10 (dez) cursos presenciais, podendo ser acrescido de acordo com as

demandas da população, em cada uma das 12(doze) Regiões Administrativas, com no mínimo 20 (vinte) horas aula;

- Nos cursos presenciais devem ser capacitados no mínimo 250 (duzentos e cinquenta) pessoas em cada Região Administrativa. Para se considerar o curso concluído pelo participante deverá ser comprovada a participação mínima de 70% (setenta por cento) das aulas por meio de lista de presença assinada pelo aluno e validada pelos professores, assim como entrega de certificado de conclusão.
- Disponibilizar no mínimo 20 (vinte) opções de curso on-line, podendo ser acrescido de acordo com as demandas da população, com no mínimo 6 (seis) horas aula;
- Nos cursos on-line devem ser capacitados no mínimo 700 (setecentas) pessoas; Para se considerar o curso concluído pelo participante deverá ser comprovada a participação mínima de 70% (setenta por cento) das aulas por meio da lista de presença assinada pelo aluno e validada pelos professores, assim como entrega de certificado de conclusão digital.
- Devem ser atendidos com mentoria individual no mínimo 200 (duzentas) empresas, sendo que devem ser ofertadas 60 (sessenta) horas de mentoria para cada empresa, totalizando o montante de 12.000 (doze mil) horas de mentoria; O período para atingir as horas de mentoria será de 7 (sete) meses.
- Capacitar empresas e trabalhadores para melhorar a produtividade e qualidade de produtos, serviços, processos, gestão e modelo de negócio, com impacto positivo na geração de emprego e renda por meio da ciência e tecnologia;
- Descentralizar os serviços e recursos da Secretaria de Estado de Ciência, Tecnologia e Inovação para auxiliar a cadeia produtiva do DF;
- Desenvolver competências comportamentais nos temas: novas tecnologias, gestão de processos, certificação de pessoas e competências por meio das inovações em ciência e tecnologia;
- Inserir ferramentas práticas passíveis de aplicação imediata, com intuito de integrar e institucionalizar melhorias contínuas nos processos das empresas e seus fornecedores por meio de mentorias;
- Capacitar, qualificar, fomentar o crescimento profissional por meio da inovação e empregabilidade dos trabalhadores do DF;
- Modernização técnica, inovação e certificação, para incrementar a geração de emprego e renda, mediante o acesso às novas tecnologias que melhorem os processos e produtos

Indicadores de aferição das metas

- Contratos firmados;
- Folhas de pontos dos contratados;
- Listas de presenças das aulas;
- Registros fotográficos;
- Peças gráficas produzidas, cards e clipping jornalístico;
- Relatórios de acessos, gerados pelo website do projeto, de modo a identificar a quantidade de inscrições realizadas para as atividades do projeto.

- Relação/Relatório de presença das pessoas inscritas nos cursos presenciais e mentorias.
- Relatório final sobre cada um dos mentorados.
- Relatório final da pesquisa de maturação.
- Relatório emitido pelo site no qual acompanha a participação dos beneficiários nos cursos online.
- Relatório final, com a compilação de todos os dados do projeto.
- Pesquisa de satisfação de forma anônima dos participantes, alunos e professores.

PÚBLICO-ALVO BENEFICIADO:

Empresas e pessoas físicas, acima de 14 anos, mediante autorização dos pais e responsáveis das 12 Regiões administrativas contempladas do Distrito Federal. É um projeto inclusivo e democrático, que receberá todos os interessados em ciência, tecnologia, inovação e empreendedorismo.

CONTRAPARTIDA:

[] NAO SE APLICA

CRONOGRAMA EXECUTIVO

AÇÃO	INÍCIO	TÉRMINO
Contratação de recursos humanos especializados	DEZ/2023	FEV/2024
Elaboração do Plano de Comunicação e estratégias de divulgação	DEZ/2023	FEV/2024
Seleção e contratação dos professores	DEZ/2023	FEV/2024
Publicação do site e divulgação da programação nas redes sociais e jornais de grande circulação	JAN/2024	MAR/2024
Inscrições para os cursos	JAN/2024	MAR/2024
Realização do INOVA DF	MAR/2024	OUT/2024
Prestação de contas	NOV/2024	DEZ/2024

MARCOS EXECUTORES

AÇÃO	INÍCIO	TÉRMINO
Realização do INOVA DF	MAR/2024	OUT/2024

CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO

Modalidade: 2 (duas) parcelas, sendo a primeira na assinatura do Termo de Colaboração de 50% (cinquenta por cento), a segunda parcela os 50% restantes do valor em 10/02/2024, mediante apresentação de relatório parcial das atividades desenvolvidas até o momento da entrega do relatório. (contratação RH, divulgação, aluguel das salas)

PLANILHA FINANCEIRA

PROJETO INOVADF						
Memória de Cálculo						
Item	Descrição da Despesa	Referência de Preço	Unidade de Medida	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
Meta 1 - Contratações de Recursos Humanos e Serviços de Produção						
1.1	Diretor Geral - Profissional responsável por idealizar e orientar a direção de todos os produtos relacionados ao projeto, responsável por delegar tarefas e atividades a todas as coordenações. Sendo necessário para a pré-produção, produção e pós- produção. O regime jurídico de contratação de profissionais será por meio de serviços de empresa. Carga horária 40 horas semanais.	Item 59 da Tabela FGV - Mão de obra + Correção do IPCA	Mês	12	R\$ 9.000,00	R\$ 108.000,00
1.2	Coordenador Administrativo e Financeiro - Profissional que coordena as rotinas administrativas, o planejamento estratégico e a gestão dos recursos organizacionais, sejam estes: materiais, patrimoniais, financeiros, tecnológicos ou humanos. Será 01 profissional que atuará durante todo período do projeto, incluindo pré-produção, produção e prestação de contas. O regime jurídico de contratação de profissionais será por meio de serviços de empresa. Carga horária 40 horas semanais.	Item 44 da Tabela FGV - Mão de obra + Correção do IPCA	Mês	12	R\$ 7.500,00	R\$ 90.000,00

1.3	Coordenador de Produção - Profissional responsável pelo planejamento, acesso, infraestrutura, operações, acompanhamento e fiscalização dos diversos serviços de apoio, bem como pela produção e execução das atividades. O regime jurídico de contratação de profissionais será por meio de serviços de empresa. Carga horária 40 horas semanais.	Item 44 da Tabela FGV - Mão de obra + Correção do IPCA	Mês	12	R\$ 8.000,00	R\$ 96.000,00
1.4	Coordenador Pedagógico dos Cursos Presenciais - Contratação de Profissional responsável pela coordenação do conteúdo pedagógico, professores e demais assuntos relacionados as aulas aos cursos presenciais. O regime jurídico de contratação de profissionais será por meio de serviços de empresa. Carga horária 40 horas semanais.	Item 44 da Tabela FGV - Mão de obra + Correção do IPCA	Mês	12	R\$ 8.000,00	R\$ 96.000,00
1.5	Coordenador Pedagógico dos Cursos Online - Profissional responsável pela coordenação do conteúdo pedagógico, professores e demais assuntos relacionados as aulas que serão disponibilizadas em plataforma online. O regime jurídico de contratação de profissionais será por meio de serviços de empresa. Carga horária 40 horas semanais.	Item 44 da Tabela FGV - Mão de obra + Correção do IPCA	Mês	12	R\$ 8.000,00	R\$ 96.000,00
1.6	Coordenação de Mentorias - Contratação de profissional responsável para organizaçãoes mentorias, acompanha-las, bem como coordenar a pesquisa de maturação que será entregue ao final do projeto. O regime jurídico de contratação de profissionais será por meio de serviços de empresa. Carga horária 40 horas semanais.	Item 44 da Tabela FGV - Mão de obra + Correção do IPCA	Mês	12	R\$ 8.000,00	R\$ 96.000,00
1.7	Assistente de Produção - Profissional responsável em auxiliar os Monitores e	Item 22 da Tabela FGV - Mão de obra + Correção do IPCA	Mês	12	R\$ 3.200,00	R\$ 38.400,00

	Instrutores nos cursos. Sendo necessário um profissional assistente para o projeto. O regime jurídico de contratação de profissionais será por meio de serviços de empresa. Carga horária 40 horas semanais.					
1.8	Assessoria Jurídica - Contratação de consultor jurídico, profissional que atua na prestação de serviços que têm como foco oferecer orientações para empresas ou pessoas em relação a questões jurídicas, diagnosticando possíveis problemas, ações contratuais e formulando soluções. O regime jurídico de contratação de profissionais será por meio de serviços de empresa Carga horária 40 horas semanais.	Item 131 da Tabela FGV - Mão de obra + Correção IPCA	Mês	12		R\$ 37.200,00 R\$ 3.100,00
1.9	Contador - Profissional devidamente registrado junto ao CRC, responsável por pelo acompanhamento de processos administrativos contábeis do projeto. O regime jurídico de contratação de profissionais será por meio de serviços de empresa. Carga horária 40 horas semanais.	Item 149 da Tabela FGV- Mão de obra + Correção IPCA	Mês	12		R\$ 29.400,00 R\$ 2.450,00
1.10	Auxiliar Administrativo - Contratação de profissional responsável pela gestão financeira e negocial do projeto, efetuar pagamentos e fluxos financeiros, bem como cumprimento de prazos determinados contratos de fornecedores, execução dos cronogramas de pagamento, arquivamento e controle de comprovantes, relacionamento com fornecedores e demais funções pertinentes as atividades em questão. Necessários para os cursos presenciais na razão de 04 profissionais por dia.	Item 22 da Tabela FGV - Mão de obra + Correção do IPCA	Diária	120		R\$ 31.200,00 R\$ 260,00
TOTAL META 1						R\$

718.200,00

Meta 2 - Contratações de Pessoal Especializado na Área de Ensino

2.1	Professores para os Cursos Presenciais - Contratação de profissionais com vasta experiência nas áreas temáticas do projeto. Empresa especializada em fornecer profissionais responsáveis por transmitir os conteúdos das disciplinas do curso. Serão 10 opções de cursos presenciais de 20h para cada uma das 12 Regiões Administrativas	CONSULTA SALICNET - Produto: Seminário / Simpósio / Encontro / Congresso / Palestra - Item Orçamentário: Professor (menor valor dentro da pesquisa)	Hora aula	2400	R\$ 160,00	R\$ 384.000,00
2.2	Serviço de Prestação de Cursos Online - Contratação de serviços completos de cursos na modalidade Online, com contratação de profissionais com vasta experiência nas áreas temáticas do projeto, prestado por empresa especializada em fornecer profissionais responsáveis por transmitir os conteúdos das disciplinas do curso ofertado pela modalidade à distância. o Serviço inclui Editor de Vídeos, legendagem, iluminador, diretor, cinegrafista, programador, técnico de som, roteirização e conteudista. Também inclui todos os equipamentos de filmagem necessários, incluindo computadores, câmeras, TVs, microfones, mesas de corte e som, dentre outros. Será prestado juntamente o serviço de Interprete de Libras para cumprir as normas de acessibilidade vigentes. Serão 20 (vinte) cursos, com carga horária de 6h (seis horas) por curso. Serão certificados na modalidade digital.	Valor de Mercado - Comprovação por cotações	Serviço	20	R\$ 20.000,00	R\$ 400.000,00
2.3	Mentores - Contratação de profissionais com vasta experiência nas áreas temáticas do projeto, com aptidão para mentorar empresa. Empresa	CONSULTA SALICNET - Produto: Seminário / Simpósio / Encontro / Congresso / Palestra - Item Orçamentário:	Hora aula	12000	R\$ 180,00	R\$ 2.160.000,00

especializada em fornecer profissionais responsáveis por transmitir os conteúdos das disciplinas do curso. O quantitativo de horas (que foi estabelecido em Edital) atenderá a uma mentoria individual de no mínimo 200 (duzentas) empresas.	Professor (menor valor dentro da pesquisa)					
--	--	--	--	--	--	--

TOTAL META 2 R\$ 2.944.000,00

Meta 3 - Contratações de Estruturas e Serviços Especializados

3.1.1	<p>Locação de Sala para Curso Presencial - Locação de espaço necessário para a realização dos cursos presenciais, devendo serem salas do tipo universitárias ou convertidas em sala de padrão universitário, com lousa, ambiente que comporte pelo menos 20 alunos e professor, com ventilação adequada e acessibilidade mínima legal e em local de fácil acesso na cidade. Serão 10 cursos presenciais que serão disponibilizados em 10 dias (02 semanas) em cada uma das 12 regiões administrativas, para tanto utilizando 04 salas por 10 dias em cada local atendido pelo projeto (480 diárias) as quais serão distribuídas as turmas em turnos de modo a comportar a demanda prevista. Também são previstas as locações de 02 salas por uma semana cada em cada uma das 12 RAs (60 diárias) voltadas as atividades de mentorias.</p>	Item 36 da Tabela FGV - Serviços + Correção do IPCA	Diária	540	R\$ 400,00	R\$ 216.000,00
3.1.2	<p>Locação de Cadeiras Universitárias - Serviço de locação de cadeiras estofadas do tipo universitárias, sendo necessárias 60 cadeiras que serão utilizadas por 10 dias em cada uma das 12 regiões administrativas para as aulas presenciais (7.200 diárias) e 40 cadeiras que serão utilizadas por 05 dias em cada uma das 12</p>	Item 16 da Tabela FGV - Serviços + Correção do IPCA	Diária	9600	R\$ 7,00	R\$ 67.200,00

	regiões administrativas para as mentorias (2.400 diárias).					
3.1.3	Locação de Bebedouro - Locação de bebedouro de água potável com filtragem certificada e refrigeração própria, em torre com saídas de água refrigerada e água em temperatura natural, sendo 02 unidades por dia de curso por 12 meses.	Consulta Salicnet (Produto: Festa Popular - Item Orçamentário: Locação de Bebedouro)	Mês	24	R\$ 120,00	R\$ 2.880,00
3.1.4	Locação de Computador - Serviço de locação de computador destinado 01 para o professor e dois para o coordenador e auxiliar de produção. Computadores do tipo Movva Intel Dual Core J1800, 4GB, HD 500GB, Linux-MVLIJ18005004 ou similar/superior. Serão 03 computadores por 12 meses.	Consulta Salicnet (Produto: Oficina /Workshop/Seminário Audiovisual Item Orçamentário Locação de computadores)	Mês	36	R\$ 150,00	R\$ 5.400,00
3.1.5	Impressora - Serviço de locação de impressora do tipo laserjet P&B, de modelo HP Laser 107A, Laser, Mono, 110V - 4ZB77A#696 ou similar/superior. Sendo 01 equipamento por 12 regiões administrativas atendidas.	Consulta Salicnet (Produto : Apresentação Musical Item Orçamentário : Impressora Jato de Tinta)	Mês	12	R\$ 200,00	R\$ 2.400,00
3.1.6	Sistema de Sonorização (Auditório/Similar) - Sistema de sonorização ambiente, com 02 caixas de som no pedestal, mesa de som de 04 canais, conectadas a 02 microfones e ao computador, compatíveis ao tamanho da sala e número de participantes. Diária de 12 horas sendo utilizados em ao menos 03 salas por 120 dias ao todo.	Consulta Salicnet (Produto: Apresentação Musical - Item Orçamentário: Sonorização)	Diária	360	R\$ 500,00	R\$ 180.000,00
3.1.7	Apostila - Impressão de apostilas informativas no formato: A4 (21,0 x 29,7 cm), em 1/1 cores: 1x1 (p/b), no papel: AP 90g, com acabamento: Acetato Transparente Liso, dotada de	Consulta Salicnet (Produto: Oficina /Workshop/Seminário Audiovisual Item Orçamentário : Apostila)	Unidade	700	R\$ 45,00	R\$ 31.500,00

	espiral, com o objetivo de serem o material complementar de estudo dos alunos. Será 01 (uma) unidade por aluno.					
3.1.8	Kit Lanche - Alimentação armazenada em embalagem prática, higiênica e ambientalmente aceitável. Contendo 01 fruta, 01 suco em embalagem longa vida, 1 barra de cereal, 01 biscoito (tipo Club social ou cream cracker), embalados separadamente. O total será distribuído conforme a demanda para os alunos dos cursos durante 120 dias.	Consulta Salicnet (Produto : Seminário / Simpósio / Encontro / Congresso / Palestra Item Orçamentário: Alimentação/lanche para educandos)	Unidade	18000	R\$ 14,50	R\$ 261.000,00
3.1.9	Kit Material Escolar - Aquisição de kit escolar para os alunos dos cursos contendo 01 caderno com espiral 1/4 de capa flexível com 48 Folhas, 01 lápis preto 2B, 01 caneta esferográfica 1.0mm cristal de cor azul e 01 borracha branca escolar Record 40.	Consulta Salicnet (Produto : Oficina /Workshop/Seminário Audiovisual Item Orçamentário: Material de apoio pedagógico)	Unidade	3000	R\$ 35,00	R\$ 105.000,00
3.1.10	Galão de Água - Fornecimento e reabastecimento de galões de água potável com capacidade para 20L, na data de validade, com certificação. Serviço de entrega e troca inclusos. Quantitativo total a ser distribuído conforme a demanda.	Valor de Mercado - Comprovação por cotações	Unidade	500	R\$ 15,00	R\$ 7.500,00
3.1.11	Auxiliar de Limpeza - Prestação de serviços com profissionais treinados, capacitados e uniformizados para execução dos serviços de limpeza e conservação, com honorários compatíveis com o piso sindical da categoria, incluindo todo o material e equipamentos necessários. Serão 02 profissionais atuando pelo período de cursos presenciais.	Consulta Salicnet (Produto : Seminário / Simpósio / Encontro / Congresso / Palestra Item Orçamentário: Limpeza)	Diária	240	R\$ 180,00	R\$ 43.200,00
3.1.12	Locação de Vídeo projetor - Serviço de locação de projetor de imagens com resolução HD (1280 x 720) ou WXGA (1280 x	Consulta Salicnet (Produto: Oficina /Workshop/Seminário Audiovisual	Mês	9	R\$ 150,00	R\$ 1.350,00

800 pixels), com luminosidade de 3.500 lumens ANSI, taxa de contraste: 2000:1 típica (Full On/Full Off), alimentação 110v a 220v 60 Hz, entradas VGA, D-sub de 15 pinos e HDMI (nativa ou por conversor) para a apresentação de cursos presenciais.	Item Orçamentário : Locação de equipamento de projeção)				
---	--	--	--	--	--

TOTAL META 3 R\$ 923.430,00


Meta 4 - Contratações Gráficas e de Publicidade

4.1	Assessoria de Imprensa - Contratação de empresa de releases e matérias para criação, planejamento, desenvolvimento e divulgação de matérias relacionadas as atividades da programação do projeto. Requerendo pautas de inserções e pautas em diversos veículos de comunicação. Emissão de relatórios e mensuração de alcance da mídias, clipagem	Item 172 da Tabela FGV Mão de obra + Correção IPCA	Mês	12	R\$ 3.000,00	R\$ 36.000,00
4.2	Carro de Som - Contratação de empresa para prestação de serviços de divulgação em carro de som para divulgação do Cultura nas cidades Sendo necessário 01 carro por 12 regiões administrativas nos 10 dias que antecedem o projeto naquela cidade, por ao menos 6h por dia de serviço.	Item 176 da Tabela FGV Serviços + Correção IPCA	Diária	120	R\$ 500,00	R\$ 60.000,00
4.3	Criação de Site - Serviço de criação, desenvolvimento, implementação, hospedagem do site personalizado para o projeto, com divulgação das ações, contato, cadastro e outros serviços, prestado por profissional experiente.	Item 130 da Tabela FGV Mão de obra + Correção IPCA	Serviço	1	R\$ 27.670,00	R\$ 27.670,00
4.4	Designer Gráfico - Contratação de profissional responsável pela criação da identidade visual, peças de divulgação e aplicação em todas as peças publicitárias, atuando em todo o projeto, inclusive após a realização com a elaboração de peças para a relatoria. O	Item 167 da Tabela FGV Mão de obra + Correção IPCA	Mês	12	R\$ 4.500,00	R\$ 54.000,00

	regime jurídico de contratação de profissionais será por meio de serviços de empresa. Carga horaria de 40 horas semanais					
4.5	Gerenciamento de Redes Sociais - Equipe responsável por planejar e desenvolver o cronograma de comunicação e divulgação durante todo o período do projeto para as mídias sociais, utilizando principalmente as redes sociais e a mídia espontânea, objetivando propor ideias, desenvolver conteúdo institucional, coordenar e orientar os trabalhos de designer e acompanhamento de peças de divulgação. O regime jurídico de contratação de profissionais será por meio de serviços de empresa. Carga horaria de 40 horas semanais	Item 6 da Tabela FGV Mão de obra + Correção IPCA	Mês	12	R\$ 5.000,00	R\$ 60.000,00
4.6	Banner - Contratação de empresa especializada para prestação de serviço de confecção de Banner em lona vinílica com acabamento em Ilhóis, em 04 cores, voltada à sinalização externa e interna bem como divulgação.	Item 156 da Tabela FGV Serviços + Correção IPCA	Metro quadrado	50	R\$ 61,00	R\$ 3.050,00
4.7	Equipe de Mobilização - Profissionais responsáveis por visitar e informar sobre o projeto no DF em diversas Regiões administrativas do Distrito Federal. Serão contratados 5 profissionais para 15 dias de divulgação para 12 regiões administrativas. O regime jurídico de contratação de profissionais será por meio de serviços de empresa. Carga horaria de 06 horas diárias.	Item 22 da Tabela FGV Mão de obra + Correção IPCA	Diária	900	R\$ 150,00	R\$ 135.000,00
4.8	Camisetas - Serviço de confecção malha fio 30,4/0 cores, tamanhos /m/g/gg/xxg, gola em viés meia manga, gravação frente verso conforme a arte oferecida para a coordenação do evento e	Consulta Salicnet (Produto: Seminário / Simpósio / Encontro / Congresso / Palestra Item Orçamentário : Camisetas)	Unidade	50	R\$ 35,00	R\$ 1.750,00

	colaboradores diretos.					
4.9	Impulsioneamento Redes Sociais - Serviço de impulsioneamento pago para posts realizados no Facebook e Instagram. Tipo de produto em que o contratante disponibiliza valor de teto para a ação de divulgação paga, atingindo um determinado número de usuários das redes em uma determinada área.	Valor a ser integralmente investido nas redes sociais não havendo parâmetro de preço público por se tratar de serviço apenas prestado por fornecedores específicos.	Serviço	1	R\$ 18.900,00	R\$ 18.900,00
4.10	Certificados de Conclusão do Curso - Serviço de confecção de certificado de conclusão do curso em papel couchê com brilho e colorido visando a entrega para os alunos que concluírem as oficinas do projeto.	Consulta Salicnet (Produto: Oficina /Workshop/Seminário Audiovisual Item Orçamentário: Certificado - Confecção)	Unidade	3000	R\$ 5,00	R\$ 15.000,00
4.11	Impressão de Folheto - Serviço de impressão de informativo sobre as atividades do projeto. Impressão em papel couchê 189g, meio oficio. Serão distribuído 30 mil folhetos para as 8 regiões administrativas.	Pesquisa no portal SALICNET - Apresentação Musical - Item Orçamentário: Filipeta	Unidade	30000	R\$ 0,10	R\$ 3.000,00
TOTAL META 4						R\$ 414.370,00
VALOR TOTAL>>>						R\$ 5.000.000,00

Brasília, 18 de dezembro de 2023

Documento assinado digitalmente
 GUSTAVO AUGUSTO MOURA DE SA
Data: 18/12/2023 14:54:36-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Gustavo Augusto Moura de Sá
Presidente AECEC

ANEXO XXIII
PLANO DE COMUNICAÇÃO

PLANO DE COMUNICAÇÃO

1. Introdução – Contextualizar o projeto. (indicar o nome, a descrição do projeto e suas principais características)

O Programa de Capacitação para a Inovação do DF – INOVA DF , é um projeto que vem para revolucionar o empreendedorismo na Capital do país, para isso é necessário que a comunicação seja eficiente. Logo as ações de comunicação serão devem focar suas mensagens naquilo que é relevante para o público-alvo:

A QUEM DIZER?	O QUE DIZER?	QUANDO DIZER?	ONDE DIZER? (CANAIS)
Empresários/ empreendedores/ fornecedores e funcionários	O INOVA DF é um programa que visa capacitar empreendedores e trabalhadores para melhorar a produtividade e qualidade dos seus produtos, serviços, processos, gestão, modelo de negócio com impacto positivo no faturamento. Aliados a inovação e tecnologia.	Durante todo processo de pré e realização do projeto.	Site, redes sociais do projeto, imprensa especializada, mídias online, telefone, SMS e mailing de associações empresariais.
Toda população do Distrito Federal	Conheça a programação completa e participe das atividades do INOVA DF apoiando e fomentando a economia local.	Nas ações direcionadas ao público em geral	Site e redes sociais do projeto, imprensa, mídia online segmentada por interesse, TV aberta em Brasília.

2. Diagnóstico e necessidades de trabalho. (descrever a importância do objeto para o território de atuação).

A importância do empreendedorismo é incontestável para o desenvolvimento do país, pois ajuda na geração de novos postos de trabalho formais, criação de produtos e serviços para o mercado, entre outras riquezas.

Além disso, atitudes empreendedoras têm o poder de criar bem-estar social, especialmente quando elas visam apresentar soluções para determinados problemas da sociedade.

Empreendedores são visionários, portanto, responsáveis pela inovação tecnológica que sustenta países em pleno desenvolvimento como o Brasil. Como protagonistas no que diz respeito a inovação, os empreendedores são peças essenciais no crescimento da economia.

De fato, uma parte dos empreendedores brasileiros inicia suas empreitadas apenas com muita vontade e sem nenhum conhecimento real do que seja administrar uma empresa, por menor que seja além disso há aqueles profissionais que não estão completamente qualificados para as funções que exerce e muitas vezes não se atualizam das inovações do mercado de trabalho.

Esta falta de conhecimento tanto teórico como prático, no que tange ao trabalho e empreendedorismo é um

dos fatores que levam muitos negócios a fecharem suas portas antes mesmo de completar cinco anos de vida. É fato que esta situação poderia ser evitada, se os empreendedores e trabalhadores de maneira geral também dedicassem parte de seu tempo a estudar os melhores caminhos, métodos e ações para promover suas ideias e realizar seus sonhos.

Quem se prepara e agrega conhecimentos sobre o mercado e tudo que se relaciona com o empreendimento, com certeza, está um passo a frente de seus concorrentes; que também estão iniciando seus projetos. Existe uma ilusão muito comum em achar que tocar uma empresa é simples, mas isso requer maturidade e organização, no início é preciso dedicação total e trabalhar duro para mantê-la firme e fazê-la crescer.

Por mais boa vontade que se tenha, apenas isso não é o suficiente para o negócio dar certo. Por isso, estudar o mercado, planejar a empresa, fazer cursos e workshops específicos, ir a palestras e conversar com empresários mais experientes; faz toda diferença, pois potencializa o desenvolvimento prático do empreendedor e do trabalhador, amplia sua visão e aumenta suas chances de ser bem-sucedido em suas ações.

As mudanças são constantes em todos os mercados e estar atento a elas é essencial. É necessário, por exemplo, estudar as tendências de mercado, evoluções tecnológicas, conhecer novos tipos de matérias-primas, novos fornecedores, possíveis nichos de clientes e formas mais efetivas de gerenciamento da empresa, novas formas de comunicação. Assim, além de atualizado, o trabalhador e empreendedor também pode focar em inovação e sair na frente dos seus concorrentes, que não fazem o mesmo. E dentro do programa “INOVA DF” haverá muitas atividades, que ajudarão aos empreendedores e trabalhadores em suas atividades. Vejamos:

3. Objetivos gerais e específicos do Plano de Comunicação.

Objetivo geral: Promover uma comunicação integrada, colaborativa e contínua na pré-produção, produção e pós-produção de forma a facilitar o entendimento das ações do projeto em busca do alcance dos objetivos e metas previstas no plano de trabalho.

Objetivos específicos:

- Divulgar as ações e atividades promovidas pelo projeto;
- Comunicar de forma positiva a imagem do programa, reforçando a confiança e o crédito com as entidades públicas e da sociedade civil, além do setor privado;
- Preparar artes gráficas a ser enviado aos meios de comunicação para divulgar o projeto e ações a serem realizadas;
- Cobertura gráfica de todas as ações;
- Produção de peças como cards de divulgação;
- Produção de material promocional diverso;
- Dar visibilidade às ações do projeto;
- Promover a divulgação para o máximo de pessoas da Região Administrativa;

- Utilizar as mídias sociais para ampliar o relacionamento com o público interessado;
- Garantir a atualização constante das notícias e conteúdos nas mídias sociais;
- Elaborar clipping ao final do projeto com todos os meios de comunicação, valores utilizados.

4. Identificar os públicos. (destinados do projeto e como eles serão informados).

Empresas e pessoas físicas, acima de 14 anos, mediante autorização dos pais e responsáveis das 12 Regiões administrativas contempladas do Distrito Federal. É um projeto inclusivo e democrático, que receberá todos os interessados em ciência, tecnologia, inovação e empreendedorismo.

5. Identificar as estratégias, as ações e as metas a serem realizadas no Plano.

Lançamento do Programa de Capacitação para a Inovação do DF– INOVA DF

- O objetivo é aquecer o mercado, os empresários, empreendedores, trabalhadores, fornecedores, público em geral, imprensa usando como motivo a preparação para o projeto.
- Criar uma agenda de geração de fatos jornalísticos semanalmente.
- Cada professor especialista na área confirmado, evento de lançamento, uma data comemorativa ligada aos empreendedores deverá virar notícia neste período e conquistar espaço na imprensa.

Durante o Projeto

Durante a realização do projeto, os perfis nas redes sociais farão a cobertura das atividades, com a central de notícias, interagindo com o público, pautando na rede a conversa sobre o que está acontecendo, perspectivas para o futuro.

Após o Programa de Capacitação para a Inovação do DF– INOVA DF

Para acompanhar a repercussão, analisar a reputação, valoração de retorno e das estratégias e esforços de comunicação, com a finalidade de elaborar um relatório detalhado das atividades realizadas e resultados obtidos, reunindo todos os dados sobre comunicação do projeto.

6. Identificar os produtos, objetivos e indicadores a serem alcançados.

Produto	Objetivo	Indicador
Produção de site na web + plataforma dos cursos online, conforme necessidades do projeto.	Divulgar o projeto nas comunidades escolhidas	Site criado
Clipping	Comunicar por meio dos veículos de grande circulação a realização do projeto. Compilar	Relatório gerado

	todos os meios de comunicação, destaques, mídias e mensuração de alcance das mídias.	
Cards digitais	Divulgar por meio das redes sociais o projeto	Instagram do projeto
Panfletagem	Divulgar de forma presencial o projeto.	Impressão dos panfletos

7. Identificar os canais de comunicação a serem utilizados. (Rádios, TVs, jornais, canais digitais e citar nome de todos eles)

A AECEC irá fazer uma ampla comunicação do projeto por meio dos seguintes canais de comunicação:

Telefone:

Ainda que a transformação digital tenha trazido novas maneiras de se comunicar, como o e-mail e os aplicativos de mensagem instantânea, há meios tradicionais que não perderam a sua importância. Esse é o caso das ligações telefônicas.

A comunicação por meio de telefone é mais direta, transmite as informações de forma mais clara e detalhada, é possível obter as reações e feedbacks imediatos e resolver algum problema que o beneficiário do projeto esteja passando. Com o mailing que a organização já possui será possível fazer uma ampla comunicação prévia do projeto e acompanhamento durante a execução do programa. Portanto, esse será um importante e constante meio de comunicação.

Mensagens por SMS ou Whatsapp

A comunicação por SMS (Short Message Service) é outra maneira de estar próximo dos futuros beneficiários do projeto e alunos. No qual poderão ser enviados lembretes sobre prazos de inscrição, atualizações e lembretes. A captação de público também poderá ser feita via WhatsApp, tecnologia utilizada por grande parte da população.

E-mail:

O e-mail é um canal de comunicação eficiente e amplamente utilizado em projetos. Ao utilizar um gerenciador de e-mails, você consegue automatizar a comunicação por esse canal e entregar o conteúdo certo para cada contato da sua base.

Site do projeto

O site do projeto é um dos principais canais de comunicação e divulgação das atividades. Será sempre o local onde será procurado em caso de dúvidas. Nele constará as principais informações do INOVA DF, tais como: programação das atividades com os locais de realização, horário e datas, release do projeto, depoimentos dos beneficiários. Onde será armazenado os cursos online.

Redes sociais

Um dos canais de comunicação que será utilizado são as redes sociais que é um meio altamente relevante para a divulgação de qualquer produto/serviço, tendo em vista que costuma ser a primeira e última fonte de notícia do dia da maioria da população.

A equipe de conteúdo também será responsável pela gestão das redes sociais do INOVA DF. Além da divulgação da programação e informações úteis, as redes sociais serão um canal de engajamento e relacionamento com o público. Será responsável também pelo projeto visual próprio para todo o projeto e a produção das peças online e vinhetas.

As redes sociais são ferramentas de marketing inestimáveis para a realização do programa. A maioria das pessoas que integram o seu público provavelmente estão inscritas em pelo menos uma plataforma de mídia social.

Para que o INOVA DF possa ser encontrado será realizado uma presença ativa, com publicações frequentes, usando recursos visuais e criando conteúdos facilmente compartilháveis e virais.

Comunicação institucional em veículos de grande circulação

O trabalho de um assessor de imprensa é o de conseguir que sejam divulgadas na imprensa notícias sobre o projeto, constrói um bom relacionamento do projeto, marcas com os veículos grandes de comunicação. Com isso monta uma ótima estratégia de comunicação junto a jornalistas, faz o atendimento a imprensa. Mensura os resultados por meio do clipping e follow up. Essencial para a comunicação junto a TV aberta e jornais de grande circulação.

A Mentha faz as marcas comunicarem com as pessoas. Junto com seus clientes, trabalha para manter essa conversa interessante. Impactamos, envolvemos e conectamos, através de experiências que geram resultados imediatos. Não importa a plataforma, formato ou tecnologia escolhida, o nosso negócio é fazer a interação e o resultado esperado acontecerem. Entre as ferramentas do live marketing, destacam-se eventos corporativos, institucionais e promocionais, ações promocionais, arquitetura promocional, feiras, congressos, conferências, seminários, convenções, workshops, exposições, promoções, concursos, ações de branding, sorteios, samplings, lançamentos de produtos, shows, festas, eventos culturais e esportivos, ativações de patrocínios, endomarketing, programas de incentivo, projetos digitais, entre outros. Segue em anexo o portfólio como comprovação de seu trabalho.

8. Principais atividades de comunicação que serão utilizadas no plano.

Para que seja alcançado o objetivo proposto neste edital, é preciso uma minuciosa estratégia de mobilização, que implica em ações específicas para prospectar o público específico do projeto. Para isso iremos aliar uma equipe de prospectores qualificada e comunicação direcionada.

A equipe de prospectores visitará as empresas e trabalhadores, demonstrando os benefícios do programa e farão um pré-cadastro daqueles que se interessarem pelas atividades do projeto. Essa equipe será instruída, de forma que eles terão as ementas completas dos cursos, e orientações básicas para o público-alvo e como eles podem fazer parte. Além de informações sobre os resultados positivos que as empresas poderão obter após passarem pelo processo de capacitação e mentoria do projeto.

Trabalhar com um sistema assertivo de fornecimento e distribuição de informações faz toda a diferença para que se atinjam resultados extraordinários ao final do Programa. Por essa razão os mobilizadores visitarão cada empresa das 12 Regiões Administrativas (Planaltina, Sobradinho, Paranoá, Taguatinga, Samambaia, Ceilândia, Gama, Santa

Maria e Recanto das Emas, Guara, Núcleo Bandeirante e Riacho Fundo) inseridas no Programa.

Para facilitar a abordagem dos prospectores, será elaborado um guia com todas as atividades do projeto, para que ao abordar o público ele possa fazer melhor o seu trabalho.

Quanto a comunicação será realizada por meio de redes sociais com patrocinados que direcionam ao público interessado nos temas dos cursos que serão oferecidos, veículos de grande circulação e panfletagem nas regiões administrativas onde acontecerá o projeto.

9. Identificar peças de divulgação.

Peça de divulgação	Formato	Quantidade	Meio utilizado	Data de produção	Data de veiculação
Gestão de Redes Sociais	Cards e divulgação	30 cards	Internet e Redes sociais	Dez/2023	Dez/2024
Design Gráfico	Cards e Artes de Divulgação	30 cards	Internet e Redes sociais	Dez/2023	Dez/2024
Assessoria de imprensa	Contato do assessor com a imprensa, virtual ou presencial.		TV, Jornais, Sites de Notícias, Mídias diversas	Dez/2023	Dez/2024
Folheto	Impressão	30.000	Entrega na RA	Dez/2023	Dez/2024
Site	Internet	1	Internet	Dez/2023	Dez/2024
Carro de som	Presencial	120 diárias	Na RA onde acontecerá o projeto	Dez/2023	Dez/2024
Impulsionamento em Redes Sociais para ampliação de alcance	Internet	50	Redes sociais	Dez/2023	Dez/2024
Banner	Impressão	50 metro	Local do projeto	Dez/2023	Dez/2024
Camiseta	Impressão	50 unidades	Local do projeto	Dez/2023	Dez/2024

10. Equipe de comunicação participante do plano. (citar todos os profissionais contratados, agência)

ASSESSORIA DE IMPRENSA

Agência de Comunicação Mentha

Considerada a principal Agência de comunicação promocional do Distrito Federal, a Mentha se destaca pela criatividade, qualidade e carteira de grandes clientes: são dezenas de cases relevantes que compõem o portfólio da empresa.

A Mentha faz as marcas falarem com as pessoas. Junto com seus clientes, trabalha para manter essa conversa interessante. Impactamos, envolvemos e conectamos, através de experiências que geram resultados imediatos. Não importa a plataforma, formato ou tecnologia escolhida, o nosso negócio é fazer a interação e o resultado esperado acontecerem. Entre as ferramentas do live marketing, destacam-se eventos corporativos, institucionais e promocionais, ações promocionais, arquitetura promocional, feiras, congressos, conferências, seminários, convenções, workshops,

exposições, promoções, concursos, ações de branding, sorteios, samplings, lançamentos de produtos, shows, festas, eventos culturais e esportivos, ativações de patrocínios, endomarketing, programas de incentivo, projetos digitais, entre outros.

Atribuições da Assessoria de imprensa - Contratação de empresa de releases e matérias para criação, planejamento, desenvolvimento e divulgação de matérias relacionadas as atividades da programação do projeto. Requerendo pautas de inserções e pautas em diversos veículos de comunicação. Emissão de relatórios e mensuração de alcance das mídias, clipagem.

11. Recursos financeiros.

Meta 4 - Contratações Gráficas e de Publicidade


4.1	Assessoria de Imprensa - Contratação de empresa de releases e matérias para criação, planejamento, desenvolvimento e divulgação de matérias relacionadas as atividades da programação do projeto. Requerendo pautas de inserções e pautas em diversos veículos de comunicação. Emissão de relatórios e mensuração de alcance da mídias, clipagem	Item 172 da Tabela FGV Mão de obra + Correção IPCA	Mês	12	R\$ 3.000,00	R\$ 36.000,00
4.2	Carro de Som - Contratação de empresa para prestação de serviços de divulgação em carro de som para divulgação do Cultura nas cidades Sendo necessário 01 carro por 12 regiões administrativas nos 10 dias que antecedem o projeto naquela cidade, por ao menos 6h por dia de serviço.	Item 176 da Tabela FGV Serviços + Correção IPCA	Diária	120	R\$ 500,00	R\$ 60.000,00
4.3	Criação de Site - Serviço de criação, desenvolvimento, Implementação, hospedagem do site personalizado para o projeto, com divulgação das ações, contato, cadastro e outros serviços, prestado por profissional experiente.	Item 130 da Tabela FGV Mão de obra + Correção IPCA	Serviço	1	R\$ 27.670,00	R\$ 27.670,00
4.4	Designer Gráfico - Contratação de profissional responsável pela criação da identidade visual, peças de divulgação e aplicação em todas as peças publicitárias, atuando em todo o projeto, inclusive após a realização com a elaboração de peças para a relatório. O regime jurídico de contratação de profissionais será por meio de serviços de empresa. Carga horaria de 40 horas semanais	Item 167 da Tabela FGV Mão de obra + Correção IPCA	Mês	12	R\$ 4.500,00	R\$ 54.000,00
4.5	Gerenciamento de Redes Sociais - Equipe responsável por planejar e desenvolver o cronograma de comunicação e divulgação durante todo o período do projeto para as mídias sociais, utilizando principalmente as redes sociais e a mídia espontânea, objetivando propor ideias, desenvolver conteúdo institucional, coordenar e orientar os trabalhos de designer e acompanhamento de peças de divulgação. O regime jurídico de contratação de profissionais será por meio de serviços de empresa. Carga horaria de 40 horas semanais	Item 6 da Tabela FGV Mão de obra + Correção IPCA	Mês	12	R\$ 5.000,00	R\$ 60.000,00

4.6	Banner - Contratação de empresa especializada para prestação de serviço de confecção de Banner em lona vinílica com acabamento em Ilhóis, em 04 cores, voltada à sinalização externa e interna bem como divulgação.	Item 156 da Tabela FGV Serviços + Correção IPCA	Metro quadrado	50	R\$ 61,00	R\$ 3.050,00
4.7	Equipe de Mobilização - Profissionais responsáveis por visitar e informar sobre o projeto no DF em diversas Regiões administrativas do Distrito Federal. Serão contratados 5 profissionais para 15 dias de divulgação para 12 regiões administrativas. O regime jurídico de contratação de profissionais será por meio de serviços de empresa. Carga horaria de 06 horas diárias.	Item 22 da Tabela FGV Mão de obra + Correção IPCA	Diária	900	R\$ 150,00	R\$ 135.000,00
4.8	Camisetas - Serviço de confecção malha fio 30,4/0 cores, tamanhos /m/g/gg/xxg, gola em viés meia manga, gravação frente verso conforme a arte oferecida para a coordenação do evento e colaboradores diretos.	Consulta Salicnet (Produto: Seminário / Simpósio / Encontro / Congresso / Palestra Item Orçamentário: Camisetas)	Unidade	50	R\$ 35,00	R\$ 1.750,00
4.9	Impulsionamento Redes Sociais - Serviço de impulsionamento pago para posts realizados no Facebook e Instagram. Tipo de produto em que o contratante disponibiliza valor de teto para a ação de divulgação paga, atingindo um determinado número de usuários das redes em uma determinada área.	Valor a ser integralmente investido nas redes sociais não havendo parâmetro de preço público por se tratar de serviço apenas prestado por fornecedores específicos.	Serviço	1	R\$ 18.900,00	R\$ 18.900,00
4.10	Certificados de Conclusão do Curso - Serviço de confecção de certificado de conclusão do curso em papel couchê com brilho e colorido visando a entrega para os alunos que concluírem as oficinas do projeto.	Consulta Salicnet (Produto: Oficina /Workshop/Seminário Audiovisual Item Orçamentário: Certificado - Confecção)	Unidade	3000	R\$ 5,00	R\$ 15.000,00
4.11	Impressão de Folheto - Serviço de impressão de informativo sobre as atividades do projeto. Impressão em papel couchê 189g, meio ofício. Serão distribuídos 30 mil folhetos para as 8 regiões administrativas.	Pesquisa no portal SALICNET - Apresentação Musical - Item Orçamentário: Filipeta	Unidade	30000	R\$ 0,10	R\$ 3.000,00
TOTAL META 4						R\$ 414.370,00

Valor Total do Plano

Deve corresponder a no mínimo 5% do valor total do projeto.

Declaro serem verdade todas as informações contidas no Plano de Comunicação e que cumpriremos todas as orientações acerca de comunicação e divulgação contidas na Portaria que regulamenta as parcerias MROSC da Secretaria de Estado de Ciência, Tecnologia e Inovação do Distrito Federal, bem como enviaremos relatório das ações aqui descritas juntamente com a prestação de contas do projeto.



Gustavo Augusto Moura de Sá
Diretor Presidente

ANEXO XXIV
PLANO DE CURSO/OFICINA

PLANO DE CURSO/OFICINA
NOME DO PROJETO: INOVA DF
NOME DO CURSO/OFICINA: Como criar sites
EMENTA: (faça um resumo do conteúdo do curso/oficina) O Curso de Como Criar Sites com Wordpress, da área Informática, apresenta todos os pontos mais importantes para a criação de sites bem elaborados e modernos utilizando todas as ferramentas do wordpress. Aqui você vai aprender desde a criação de um layout profissional no fireworks, até a criação de cada uma das partes do site no dreamweaver, e por fim, como transformar seu site em um tema para Wordpress passando por todas as principais ferramentas que ele possui.
OBJETIVOS: (indique os objetivos gerais e específicos de seu curso/oficina) Em uma sociedade hiperconectada como a nossa, onde todas as coisas acontecem ao mesmo tempo e, na maior parte do tempo, por meio da tecnologia, é importante ser digital e ter um site para ser visualizado por todos.
PÚBLICO-ALVO ESCOLHIDO: (indique as características do público a ser trabalhado. Ex.: nível de formação, sexo, faixa de renda, local de moradia, membro de uma comunidade ou grupo, etc.) Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis
FAIXA ETÁRIA: A partir dos 14 anos
PRÉ-REQUISITOS PARA INSCRIÇÃO: Realizar inscrição. Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis.
Nº DE TURMAS: 1 turma
Nº DE PARTICIPANTES POR TURMA: Ilimitado
METODOLOGIA: (indique os métodos e técnicas utilizados em seu curso/oficina para atingir seus objetivos) A metodologia a ser utilizada nos cursos a distância será a ativa, com a exposição dos vídeos de aula e por meio de discussões diárias a serem realizadas nos fóruns para esclarecimento de dúvidas e para debates sobre temas relevantes ao curso. O aproveitamento dos alunos será avaliado através de atividades à distância, além da prova final
RECURSOS DIDÁTICOS: (indique os equipamentos ou materiais que serão utilizados no curso/oficina)

Videos

PERIODICIDADE: (indique a duração do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

12 videoaulas de 30 minutos.

CARGA HORÁRIA: (registre a forma como será a distribuição da carga horária do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

6 horas

CONTEÚDO: (indique os assuntos que serão trabalhados no curso/oficina).

COMO CRIAR SITES		
Módulo	Conteúdo	Carga Horária
Módulo 1	Criando layout	2
Módulo 2	Formatando DIVs menu	2
Módulo 3	Trabalhando com temas	2
		6

AVALIAÇÃO:

1. Instrumento de avaliação do curso/oficina: (descreva a forma de avaliação do curso/oficina, indicando como os professores/oficineiros avaliarão os participantes).

O curso será desenvolvido em uma plataforma digital 100 % online onde, cada beneficiário receberá um login e uma senha que será inserida em uma plataforma em um ambiente virtual.

Após realizado o login na plataforma, o beneficiário poderá acessar o conteúdo do curso e poderá trocar informações e dúvidas em tempo real ou em horário determinado.

O professor poderá propor atividades na plataforma, onde o beneficiário terá que apresentar informações em um arquivo de texto, vídeo, imagem ou PDF e enviar via plataforma para análise do professor.

Teremos, também, como forma de avaliação os questionários eletrônicos, sendo uma atividade assíncrona sobre os conteúdos estudados e o beneficiário terá que responder estas questões via ambiente virtual. Os professores terão a opção de disponibilizar comentários para cada questão.

2. Instrumento de avaliação dos participantes do curso/oficina: (descreva a forma como os participantes avaliarão o curso/oficina, opinando sobre os instrutores, material didático, organização da ação formativa, instalações, dentre outros).

Será aplicado uma pesquisa de satisfação para os alunos e demais participantes para avaliação do curso/ infraestrutura e professores.

CERTIFICAÇÃO: (indique quais os critérios para recebimento dos certificados).

O curso terá certificado com verificação de autenticidade para aqueles que participarem de no mínimo 70% das aulas.

REFERÊNCIAS: (Indique a bibliografia – livros, artigos, periódicos, folhetos, monografias, dissertações, teses - ou outros itens, a exemplo de sites, blogs, vídeos, vivências, saberes, etc., que serão utilizados como referência na ação formativa).

ODRIGUES, A. Desenvolvimento para Internet. Curitiba: Editora LT, 2010.

MARCONDES, C.A. HTML 4.0 Fundamental: A Base da Programação para Web. 2.ed. São Paulo: Érica, 2007.

MORRISON, M. Use a Cabeça JavaScript. Rio de Janeiro: Alta Books, 2008.

SILVA, M.S. JavaScript: Guia do programador. São Paulo: Novatec Editora, 2010

Obs.: Como modelo básico, todos os campos deste formulário deverão ser preenchidos, no entanto, o proponente poderá acrescentar outras informações que julgar necessárias.

ANEXO XXIV
PLANO DE CURSO/OFICINA

PLANO DE CURSO/OFICINA
NOME DO PROJETO: INOVA DF
NOME DO CURSO/OFICINA: Construção de marcas inovadoras
EMENTA: (faça um resumo do conteúdo do curso/oficina) Branding e planejamento das marcas. Identidade das marcas. Posicionamento das marcas. Ciclo de vida e longevidade das marcas. Marcas, consumidores e sociedade. Sustentabilidade, responsabilidade social e construção de valor
OBJETIVOS: (indique os objetivos gerais e específicos de seu curso/oficina) Compreender a importância da gestão de marcas para as organizações contemporâneas; Estudar conceitos e fundamentos de branding, perceber como se desenvolve a identidade de uma marca, compreender o valor da marca (brand equity) como diferencial competitivo, estudar o posicionamento no mercado de marca, compreender a influência da comunicação na construção de marcas.
PÚBLICO-ALVO ESCOLHIDO: (indique as características do público a ser trabalhado. Ex.: nível de formação, sexo, faixa de renda, local de moradia, membro de uma comunidade ou grupo, etc.) Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis
FAIXA ETÁRIA: A partir dos 14 anos
PRÉ-REQUISITOS PARA INSCRIÇÃO: Realizar inscrição. Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis.
Nº DE TURMAS: 1 turma
Nº DE PARTICIPANTES POR TURMA: Ilimitado
METODOLOGIA: (indique os métodos e técnicas utilizados em seu curso/oficina para atingir seus objetivos) A metodologia a ser utilizada nos cursos a distância será a ativa, com a exposição dos vídeos de aula e por meio de discussões diárias a serem realizadas nos fóruns para esclarecimento de dúvidas e para debates sobre temas relevantes ao curso. O aproveitamento dos alunos será avaliado através de atividades à distância, além da prova final
RECURSOS DIDÁTICOS: (indique os equipamentos ou materiais que serão utilizados no curso/oficina)

Videos

PERIODICIDADE: (indique a duração do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

12 videoaulas de 30 minutos.

CARGA HORÁRIA: (registre a forma como será a distribuição da carga horária do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

6 horas

CONTEÚDO: (indique os assuntos que serão trabalhados no curso/oficina).

CONSTRUÇÃO DE MARCAS INOVADORAS		
Módulo	Conteúdo	Carga Horária
Módulo 1	Branding	2
Módulo 2	Competências e clima nas organizações	2
Módulo 3	Dos grupos as equipes de alta performance	2
		6

AVALIAÇÃO:

1. Instrumento de avaliação do curso/oficina: (descreva a forma de avaliação do curso/oficina, indicando como os professores/oficineiros avaliarão os participantes).

O curso será desenvolvido em uma plataforma digital 100 % online onde, cada beneficiário receberá um login e uma senha que será inserida em uma plataforma em um ambiente virtual.

Após realizado o login na plataforma, o beneficiário poderá acessar o conteúdo do curso e poderá trocar informações e dúvidas em tempo real ou em horário determinado.

O professor poderá propor atividades na plataforma, onde o beneficiário terá que apresentar informações em um arquivo de texto, vídeo, imagem ou PDF e enviar via plataforma para análise do professor.

Teremos, também, como forma de avaliação os questionários eletrônicos, sendo uma atividade assíncrona sobre os conteúdos estudados e o beneficiário terá que responder estas questões via ambiente virtual. Os professores terão a opção de disponibilizar comentários para cada questão.

2. Instrumento de avaliação dos participantes do curso/oficina: (descreva a forma como os participantes avaliarão o curso/oficina, opinando sobre os instrutores, material didático, organização da ação formativa, instalações, dentre outros).

Será aplicado uma pesquisa de satisfação para os alunos e demais participantes para avaliação do curso/ infraestrutura e professores.

CERTIFICAÇÃO: (indique quais os critérios para recebimento dos certificados).

O curso terá certificado com verificação de autenticidade para aqueles que participarem de no mínimo 70% das aulas.

REFERÊNCIAS: (Indique a bibliografia – livros, artigos, periódicos, folhetos, monografias, dissertações, teses - ou outros itens, a exemplo de sites, blogs, vídeos, vivências, saberes, etc., que serão utilizados como referência na ação formativa).

AACKER, David. On Branding: 20 Princípios que Decidem o Sucesso das Marcas. 1ª Edição; Porto Alegre: Bookman, 2015.

LINDSTROM, Martin. Brandsense: segredos sensoriais por trás das coisas que compramos. 2ª Edição; Porto Alegre: Bookman, 2011.

ROWLES, Daniel. Digital Branding: estratégias, táticas e ferramentas para impulsionar o seu negócio na era digital. 1ª edição; Belo Horizonte: Autêntica Business, 2019.

SEMPRINI, Andrea. A marca pós-moderna. 1ª Edição; São Paulo: Estações das Letras, 2006.

Obs.: Como modelo básico, todos os campos deste formulário deverão ser preenchidos, no entanto, o proponente poderá acrescentar outras informações que julgar necessárias.

ANEXO XXIV
PLANO DE CURSO/OFICINA

PLANO DE CURSO/OFICINA
NOME DO PROJETO: INOVA DF
NOME DO CURSO/OFICINA: Contabilidade para micro e pequenas empresas
EMENTA: (faça um resumo do conteúdo do curso/oficina) Microempresa e empresa de pequeno porte. Regulamentações da escrituração contábil. Escrituração contábil para micro e pequenas empresas. Demonstrações contábeis para micro e pequenas empresas. Obrigações simplificadas para micro e pequenas empresas.
OBJETIVOS: (indique os objetivos gerais e específicos de seu curso/oficina) Este Curso de Contabilidade para micro e pequenos empresários, da área Contabilidade, ensina sobre a importância da contabilidade para gerir seu micro e pequena empresa, receitas, despesas e custos, além de lançamentos contábeis e balanço patrimonial.
PÚBLICO-ALVO ESCOLHIDO: (indique as características do público a ser trabalhado. Ex.: nível de formação, sexo, faixa de renda, local de moradia, membro de uma comunidade ou grupo, etc.) Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis
FAIXA ETÁRIA: A partir dos 14 anos
PRÉ-REQUISITOS PARA INSCRIÇÃO: Realizar inscrição. Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis.
Nº DE TURMAS: 1 turma
Nº DE PARTICIPANTES POR TURMA: Ilimitado
METODOLOGIA: (indique os métodos e técnicas utilizados em seu curso/oficina para atingir seus objetivos) A metodologia a ser utilizada nos cursos a distância será a ativa, com a exposição dos vídeos de aula e por meio de discussões diárias a serem realizadas nos fóruns para esclarecimento de dúvidas e para debates sobre temas relevantes ao curso. O aproveitamento dos alunos será avaliado através de atividades à distância, além da prova final
RECURSOS DIDÁTICOS: (indique os equipamentos ou materiais que serão utilizados no curso/oficina) Videos

PERIODICIDADE: (indique a duração do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

12 videoaulas de 30 minutos.

CARGA HORÁRIA: (registre a forma como será a distribuição da carga horária do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

6 horas

CONTEÚDO: (indique os assuntos que serão trabalhados no curso/oficina).

CONTABILIDADE PARA MICRO E PEQUENAS EMPRESAS		
Módulo	Conteúdo	Carga Horária
Módulo 1	Receitas, despesas e custos	2
Módulo 2	Lançamentos contábeis	2
Módulo 3	Balanço patrimonial	2
		6

AVALIAÇÃO:

1. Instrumento de avaliação do curso/oficina: (descreva a forma de avaliação do curso/oficina, indicando como os professores/oficineiros avaliarão os participantes).

O curso será desenvolvido em uma plataforma digital 100 % online onde, cada beneficiário receberá um login e uma senha que será inserida em uma plataforma em um ambiente virtual.

Após realizado o login na plataforma, o beneficiário poderá acessar o conteúdo do curso e poderá trocar informações e dúvidas em tempo real ou em horário determinado.

O professor poderá propor atividades na plataforma, onde o beneficiário terá que apresentar informações em um arquivo de texto, vídeo, imagem ou PDF e enviar via plataforma para análise do professor.

Teremos, também, como forma de avaliação os questionários eletrônicos, sendo uma atividade assíncrona sobre os conteúdos estudados e o beneficiário terá que responder estas questões via ambiente virtual. Os professores terão a opção de disponibilizar comentários para cada questão.

2. Instrumento de avaliação dos participantes do curso/oficina: (descreva a forma como os participantes avaliarão o curso/oficina, opinando sobre os instrutores, material didático, organização da ação formativa, instalações, dentre outros).

Será aplicado uma pesquisa de satisfação para os alunos e demais participantes para avaliação do curso/infraestrutura e professores.

CERTIFICAÇÃO: (indique quais os critérios para recebimento dos certificados).

O curso terá certificado com verificação de autenticidade para aqueles que participarem de no mínimo 70% das aulas.

REFERÊNCIAS: (Indique a bibliografia – livros, artigos, periódicos, folhetos, monografias, dissertações, teses - ou outros itens, a exemplo de sites, blogs, vídeos, vivências, saberes, etc., que serão utilizados como referência na ação formativa).

FERRONATO, Airto João. Gestão contábil-financeira de micro e pequenas empresas: sobrevivência e sustentabilidade. São Paulo: Atlas, 2011.

IUDICÍBUS, Sérgio de. et al. Contabilidade introdutória. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

IUDICIBUS, Sérgio de...[et.al.]. Manual de contabilidade societária. FIPECAFI – Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuarias e Financeiras, FEA/USP. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2012.

MARION, José Carlos. Contabilidade Empresarial. 16. ed. São Paulo: Atlas, 2012. PAULA, José Carlos de; MARINS, Telmo Santos. Gestão de Crédito para Micro e Pequenas Empresas. 1. ed. São Paulo: IOB, 2012.

SILVA, Edivan Moraes. Manual da contabilidade simplificada para micros e pequenas empresas (ITG 1.000). 5. ed. São Paulo: IOB, 2013.

VEIGA, Windsor Espenser; SANTOS, Fernando de Almeida. Contabilidade: com ênfase em micro, pequenas e médias empresas. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

Obs.: Como modelo básico, todos os campos deste formulário deverão ser preenchidos, no entanto, o proponente poderá acrescentar outras informações que julgar necessárias.

ANEXO XXIV
PLANO DE CURSO/OFICINA

PLANO DE CURSO/OFICINA
NOME DO PROJETO: INOVA DF
NOME DO CURSO/OFICINA: E-social
EMENTA: (faça um resumo do conteúdo do curso/oficina) eSocial aspectos teóricos e legais: objetivos, objetos e conceitos do eSocial, regras gerais para sua implantação: obrigações acessórias que serão substituídas (Caged, Rais, Sefip, Dirf, Cat, Ppp, Manad E Folha de Pagamento), visão geral do sistema e fluxo das informações, análise das verbas incidentes INSS, IRRF, FGTS, cronograma, recepção do evento no ambiente eSocial, modelo operacional, certificado digital e código acesso web
OBJETIVOS: (indique os objetivos gerais e específicos de seu curso/oficina) No Curso de eSocial, na área de Recursos Humanos, apresenta as alterações que houve com a reforma trabalhista, diversos ambientes do ESocial, como serão reportadas as admissões, folhas de pagamentos e muito mais.
PÚBLICO-ALVO ESCOLHIDO: (indique as características do público a ser trabalhado. Ex.: nível de formação, sexo, faixa de renda, local de moradia, membro de uma comunidade ou grupo, etc.) Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis
FAIXA ETÁRIA: A partir dos 14 anos
PRÉ-REQUISITOS PARA INSCRIÇÃO: Realizar inscrição. Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis.
Nº DE TURMAS: 1 turma
Nº DE PARTICIPANTES POR TURMA: Ilimitado
METODOLOGIA: (indique os métodos e técnicas utilizados em seu curso/oficina para atingir seus objetivos) A metodologia a ser utilizada nos cursos a distância será a ativa, com a exposição dos vídeos de aula e por meio de discussões diárias a serem realizadas nos fóruns para esclarecimento de dúvidas e para debates sobre temas relevantes ao curso. O aproveitamento dos alunos será avaliado através de atividades à distância, além da prova final
RECURSOS DIDÁTICOS: (indique os equipamentos ou materiais que serão utilizados no curso/oficina) Videos

PERIODICIDADE: (indique a duração do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

12 videoaulas de 30 minutos.

CARGA HORÁRIA: (registre a forma como será a distribuição da carga horária do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

6 horas

CONTEÚDO: (indique os assuntos que serão trabalhados no curso/oficina).

E-SOCIAL		
Módulo	Conteúdo	Carga Horária
Módulo 1	Quem é obrigado ao E-social	2
Módulo 2	Precauções nas admissões	2
Módulo 3	Como informar os eventos no E-social	2
		6

AVALIAÇÃO:

1. Instrumento de avaliação do curso/oficina: (descreva a forma de avaliação do curso/oficina, indicando como os professores/oficineiros avaliarão os participantes).

O curso será desenvolvido em uma plataforma digital 100 % online onde, cada beneficiário receberá um login e uma senha que será inserida em uma plataforma em um ambiente virtual.

Após realizado o login na plataforma, o beneficiário poderá acessar o conteúdo do curso e poderá trocar informações e dúvidas em tempo real ou em horário determinado.

O professor poderá propor atividades na plataforma, onde o beneficiário terá que apresentar informações em um arquivo de texto, vídeo, imagem ou PDF e enviar via plataforma para análise do professor.

Teremos, também, como forma de avaliação os questionários eletrônicos, sendo uma atividade assíncrona sobre os conteúdos estudados e o beneficiário terá que responder estas questões via ambiente virtual. Os professores terão a opção de disponibilizar comentários para cada questão.

2. Instrumento de avaliação dos participantes do curso/oficina: (descreva a forma como os participantes avaliarão o curso/oficina, opinando sobre os instrutores, material didático, organização da ação formativa, instalações, dentre outros).

Será aplicado uma pesquisa de satisfação para os alunos e demais participantes para avaliação do curso/ infraestrutura e professores.

CERTIFICAÇÃO: (indique quais os critérios para recebimento dos certificados).

O curso terá certificado com verificação de autenticidade para aqueles que participarem de no mínimo 70% das aulas.

REFERÊNCIAS: (Indique a bibliografia – livros, artigos, periódicos, folhetos, monografias, dissertações, teses - ou outros itens, a exemplo de sites, blogs, vídeos, vivências, saberes, etc., que serão utilizados como referência na ação formativa).

BRASIL. Decreto n. 8373, de 11 de dez. de 2014. Institui o Sistema de Escrituração Digital das Obrigações Fiscais, Previdenciárias e Trabalhistas - eSocial e dá outras providências.. eSocial. Brasília, p. 1-2, dez. 2014. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato20112014/2014/decreto/d8373.htm>. Acesso em: 25 de setembro de 2023

FEDERAL, Governo. ESocial. Disponível em: <<http://portal.esocial.gov.br/>>. Acesso em: 08 out. 2018. Ø FEDERAL, Governo. ESocial. Brasília: Planalto, 2014. 1 p. Disponível em: <<https://portal.esocial.gov.br/manuais/mos-v-2-4-02-publicada-cg.pdf>>. Acesso em: 25 de setembro de 2023

MARIN, Hamilton; GONÇALVES, Nilton. Liderança de Sucesso em tempos de eSocial. [S.l.: s.n.], 2018. 23 p. Disponível em: <<http://editweb.com.br/produto/lideranca-de-sucesso-em-tempos-de-esocial>

CARVALHO, Zenaide. ESocial nas Empresas e Escritórios Contábeis (Prefácio de Sergio Faraco – Conselheiro do CFC) e eSocial nos Órgãos Públicos.. [S.l.: s.n.], 2017. 398 p. Disponível em: <<https://livroesocial.com.br/>>.

Obs.: Como modelo básico, todos os campos deste formulário deverão ser preenchidos, no entanto, o proponente poderá acrescentar outras informações que julgar necessárias.

ANEXO XXIV
PLANO DE CURSO/OFICINA

PLANO DE CURSO/OFICINA
NOME DO PROJETO: INOVA DF
NOME DO CURSO/OFICINA: Gestão de logística 4.0
EMENTA: (faça um resumo do conteúdo do curso/oficina) Proporcionar estudo sobre planejar e colocar em prática melhorias na logística e cadeia de suprimentos e executar projetos, considerando aspectos econômicos, organizacionais, humanos e desenvolver competências direcionadas à formulação de estratégias competitivas, para os novos desafios da indústria brasileira.
OBJETIVOS: (indique os objetivos gerais e específicos de seu curso/oficina) A Logística 4.0 utiliza a inovação para aprimorar os processos operacionais e o crescimento organizacional. Entre as tecnologias utilizadas pela Logística 4.0 estão a Internet das Coisas (IoT), Big Data, Inteligência Artificial e Cloud Computing. No nosso Curso de Gestão da Logística 4.0, na área de Logística, você vai aprender sobre como chegamos à era 4.0, como incorporar a tecnologia à sua empresa, e como trabalhar com a Logística 4.0.
PÚBLICO-ALVO ESCOLHIDO: (indique as características do público a ser trabalhado. Ex.: nível de formação, sexo, faixa de renda, local de moradia, membro de uma comunidade ou grupo, etc.) Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis
FAIXA ETÁRIA: A partir dos 14 anos
PRÉ-REQUISITOS PARA INSCRIÇÃO: Realizar inscrição. Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis.
Nº DE TURMAS: 1 turma
Nº DE PARTICIPANTES POR TURMA: Ilimitado
METODOLOGIA: (indique os métodos e técnicas utilizados em seu curso/oficina para atingir seus objetivos) A metodologia a ser utilizada nos cursos a distância será a ativa, com a exposição dos vídeos de aula e por meio de discussões diárias a serem realizadas nos fóruns para esclarecimento de dúvidas e para debates sobre temas relevantes ao curso. O aproveitamento dos alunos será avaliado através de atividades à distância, além da prova final
RECURSOS DIDÁTICOS: (indique os equipamentos ou materiais que serão utilizados no curso/oficina)

Videos

PERIODICIDADE: (indique a duração do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

12 videoaulas de 30 minutos.

CARGA HORÁRIA: (registre a forma como será a distribuição da carga horária do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

6 horas

CONTEÚDO: (indique os assuntos que serão trabalhados no curso/oficina).

GESTÃO DE LOGÍSTICA 4.0		
Módulo	Conteúdo	Carga Horária
Módulo 1	Introdução a indústria e logística 4.0	2
Módulo 2	Redesenho e atualização de processos logísticos	2
Módulo 3	Soluções e softwares aplicados para logística	2
		6

AVALIAÇÃO:

1. Instrumento de avaliação do curso/oficina: (descreva a forma de avaliação do curso/oficina, indicando como os professores/oficineiros avaliarão os participantes).

O curso será desenvolvido em uma plataforma digital 100 % online onde, cada beneficiário receberá um login e uma senha que será inserida em uma plataforma em um ambiente virtual.

Após realizado o login na plataforma, o beneficiário poderá acessar o conteúdo do curso e poderá trocar informações e dúvidas em tempo real ou em horário determinado.

O professor poderá propor atividades na plataforma, onde o beneficiário terá que apresentar informações em um arquivo de texto, vídeo, imagem ou PDF e enviar via plataforma para análise do professor.

Teremos, também, como forma de avaliação os questionários eletrônicos, sendo uma atividade assíncrona sobre os conteúdos estudados e o beneficiário terá que responder estas questões via ambiente virtual. Os professores terão a opção de disponibilizar comentários para cada questão.

2. Instrumento de avaliação dos participantes do curso/oficina: (descreva a forma como os participantes avaliarão o curso/oficina, opinando sobre os instrutores, material didático, organização da ação formativa, instalações, dentre outros).

Será aplicado uma pesquisa de satisfação para os alunos e demais participantes para avaliação do curso/infraestrutura e professores.

CERTIFICAÇÃO: (indique quais os critérios para recebimento dos certificados).

O curso terá certificado com verificação de autenticidade para aqueles que participarem de no mínimo 70% das aulas.

REFERÊNCIAS: (Indique a bibliografia – livros, artigos, periódicos, folhetos, monografias, dissertações, teses - ou outros itens, a exemplo de sites, blogs, vídeos, vivências, saberes, etc., que serão utilizados como referência na ação formativa).

BARRETO, L.; AMARAL, A.; PEREIRA, T. Industry 4.0 implications in logistics: an overview. *Procedia Manufacturing*, v. 13, p. 1245–1252, 2017.

BOWERSOX, Donald J.; CLOSS, David J. *Logística empresarial: o processo de integração da cadeia de suprimento*. São Paulo: Atlas, 2010. CHRISTOPHER, Martin. *Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos: criando redes que agregam valor*. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010. BALLOU, Ronald H. *Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos*. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

REIS, J. G. M. et al. *Qualidade em Redes de Suprimentos: A Qualidade Aplicada ao Supply Chain Management*. São Paulo: Atlas, 2015.

SACOMANO, J. B. et al. *Indústria 4.0 Conceitos e Fundamentos*. São Paulo: Blucher, 2018.

SCHMIDTKE, N. et al. Technical potentials and challenges within internal logistics 4.0. *Proceedings - GOL 2018: 4th IEEE International Conference on Logistics Operations Management*, p. 1–10, 2018.

STRANDHAGEN, J. O. et al. Logistics 4.0 and emerging sustainable business models. *Advances in Manufacturing*, v. 5, n. 4, p. 359–369, 2017.

Obs.: Como modelo básico, todos os campos deste formulário deverão ser preenchidos, no entanto, o proponente poderá acrescentar outras informações que julgar necessárias.

ANEXO XXIV
PLANO DE CURSO/OFICINA

PLANO DE CURSO/OFICINA
NOME DO PROJETO: INOVA DF
NOME DO CURSO/OFICINA: Introdução a gestão de equipes
EMENTA: (faça um resumo do conteúdo do curso/oficina) Desenvolvimento de equipe. Estágios de desempenho de grupo. Objetivos. Tipos. Papéis fundamentais. Planejamento de desenvolvimento de equipe: fases do desenvolvimento. Funções. Liderança. Fenômenos de grupo. Barreiras ao desenvolvimento de equipes. Avaliação de resultados em desenvolvimento de equipe. Conceito de clima organizacional, técnicas de levantamento de informações de clima organizacional. Desenvolvimento e implementação de um plano de gestão de Clima Organizacional, a partir de uma pesquisa de Clima quantitativa ou qualitativa.
OBJETIVOS: (indique os objetivos gerais e específicos de seu curso/oficina) Compreender o papel do RH como parceiro estratégico das organizações. 2 Atuar como Gestor de Pessoas, dentro de uma abordagem contemporânea. Desenvolver visão crítica em relação a este campo de conhecimento, compreendendo sua dinâmica de atuação e suas inter-relações no contexto das organizações.
PÚBLICO-ALVO ESCOLHIDO: (indique as características do público a ser trabalhado. Ex.: nível de formação, sexo, faixa de renda, local de moradia, membro de uma comunidade ou grupo, etc.) Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis
FAIXA ETÁRIA: A partir dos 14 anos
PRÉ-REQUISITOS PARA INSCRIÇÃO: Realizar inscrição. Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis.
Nº DE TURMAS: 1 turma
Nº DE PARTICIPANTES POR TURMA: Ilimitado
METODOLOGIA: (indique os métodos e técnicas utilizados em seu curso/oficina para atingir seus objetivos) A metodologia a ser utilizada nos cursos a distância será a ativa, com a exposição dos vídeos de aula e por meio de discussões diárias a serem realizadas nos fóruns para esclarecimento de dúvidas e para debates sobre temas relevantes ao curso. O aproveitamento dos alunos será avaliado através de atividades à distância, além da prova final
RECURSOS DIDÁTICOS: (indique os equipamentos ou materiais que serão utilizados no curso/oficina)

Videos

PERIODICIDADE: (indique a duração do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

12 videoaulas de 30 minutos.

CARGA HORÁRIA: (registre a forma como será a distribuição da carga horária do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

6 horas

CONTEÚDO: (indique os assuntos que serão trabalhados no curso/oficina).

INTRODUÇÃO A GESTÃO DE EQUIPES

Módulo	Conteúdo	Carga Horária
Módulo 1	Introdução a moderna gestão de pessoas	2
Módulo 2	Competências e clima nas organizações	2
Módulo 3	Dos grupos as equipes de alta performance	2
		6

AVALIAÇÃO:

1. Instrumento de avaliação do curso/oficina: (descreva a forma de avaliação do curso/oficina, indicando como os professores/oficineiros avaliarão os participantes).

O curso será desenvolvido em uma plataforma digital 100 % online onde, cada beneficiário receberá um login e uma senha que será inserida em uma plataforma em um ambiente virtual.

Após realizado o login na plataforma, o beneficiário poderá acessar o conteúdo do curso e poderá trocar informações e dúvidas em tempo real ou em horário determinado.

O professor poderá propor atividades na plataforma, onde o beneficiário terá que apresentar informações em um arquivo de texto, vídeo, imagem ou PDF e enviar via plataforma para análise do professor.

Teremos, também, como forma de avaliação os questionários eletrônicos, sendo uma atividade assíncrona sobre os conteúdos estudados e o beneficiário terá que responder estas questões via ambiente virtual. Os professores terão a opção de disponibilizar comentários para cada questão.

2. Instrumento de avaliação dos participantes do curso/oficina: (descreva a forma como os participantes avaliarão o curso/oficina, opinando sobre os instrutores, material didático, organização da ação formativa, instalações, dentre outros).

Será aplicado uma pesquisa de satisfação para os alunos e demais participantes para avaliação do curso/ infraestrutura e professores.

CERTIFICAÇÃO: (indique quais os critérios para recebimento dos certificados).

O curso terá certificado com verificação de autenticidade para aqueles que participarem de no mínimo 70% das aulas.

REFERÊNCIAS: (Indique a bibliografia – livros, artigos, periódicos, folhetos, monografias, dissertações, teses - ou outros itens, a exemplo de sites, blogs, vídeos, vivências, saberes, etc., que serão utilizados como referência na ação formativa).

FIORELLI, Jose Osmir. Psicologia para administradores: integrando teoria e prática. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2007.

FLEURY, A.; FLEURY, M. T. L. Estratégias empresariais e formação de competências: um quebra-cabeça caleidoscópico da indústria brasileira. 3. ed. São Paulo: Atlas 2004.

LAFLEY, A. G.; CHARAN, R. O jogo da liderança. Rio de Janeiro: Campus, 2008

PAGÉS, M.; BONETTI, V.; GAULEJAC, V. de ; DESCENDRE, D. O poder das organizações. São Paulo: Atlas, 2008.

ROBBINS, Stephen P. Administração: mudanças e perspectivas. São Paulo: Saraiva, 2000.

SILVA, V. et al. Gestão de RH por competências e empregabilidade. 2. ed. Campinas: Papirus, 2005.

ULRICH, D. et al. O código da liderança. São Paulo: Best Seller, 2009.

Obs.: Como modelo básico, todos os campos deste formulário deverão ser preenchidos, no entanto, o proponente poderá acrescentar outras informações que julgar necessárias.

ANEXO XXIV
PLANO DE CURSO/OFICINA

PLANO DE CURSO/OFICINA
NOME DO PROJETO: INOVA DF
NOME DO CURSO/OFICINA: Introdução ao faturamento – fundamentos financeiros
EMENTA: (faça um resumo do conteúdo do curso/oficina) Propiciar ao Aluno o conhecimento teórico e prático para atuar nos processos administrativos e financeiros da empresa. Executar e Controlar operações financeiras da tesouraria, obedecendo critérios estabelecidos pelas normas em vigor, e as necessidades dos setores internos e externos. De modo específico: Conceituar e mostrar procedimentos básicos no processo de faturamento; conhecer a legislação tributária e a importância dos documentos fiscais; especificar documentos utilizados no faturamento; compreender a importância do arquivamento; promover a crítica construtiva para o crescimento pessoal e profissional.
OBJETIVOS: (indique os objetivos gerais e específicos de seu curso/oficina) Transmitir o conhecimento das técnicas e estratégias utilizadas na busca da qualidade, produtividade e competitividade das organizações, formando profissionais eficientes e competentes.
PÚBLICO-ALVO ESCOLHIDO: (indique as características do público a ser trabalhado. Ex.: nível de formação, sexo, faixa de renda, local de moradia, membro de uma comunidade ou grupo, etc.) Realizar inscrição. Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis
FAIXA ETÁRIA: A partir dos 14 anos
PRÉ-REQUISITOS PARA INSCRIÇÃO: Realizar inscrição. Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis.
Nº DE TURMAS: 1 turma
Nº DE PARTICIPANTES POR TURMA: Ilimitado
METODOLOGIA: (indique os métodos e técnicas utilizados em seu curso/oficina para atingir seus objetivos) A metodologia a ser utilizada nos cursos a distância será a ativa, com a exposição dos vídeos de aula e por meio de discussões diárias a serem realizadas nos fóruns para esclarecimento de dúvidas e para debates sobre temas relevantes ao curso. O aproveitamento dos alunos será avaliado através de atividades à distância, além da prova final
RECURSOS DIDÁTICOS: (indique os equipamentos ou materiais que serão utilizados no curso/oficina)

Videos

PERIODICIDADE: (indique a duração do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

12 videoaulas de 30 minutos.

CARGA HORÁRIA: (registre a forma como será a distribuição da carga horária do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

6 horas

CONTEÚDO: (indique os assuntos que serão trabalhados no curso/oficina).

INTRODUÇÃO AO FATURAMENTO

Módulo	Conteúdo	Carga Horária
Módulo 1	Diferença Faturamento x Lucro	2
Módulo 2	A rotina do faturista	2
Módulo 3	Conceito e definição de direito tributário	2
		6

AVALIAÇÃO:

1. Instrumento de avaliação do curso/oficina: (descreva a forma de avaliação do curso/oficina, indicando como os professores/oficineiros avaliarão os participantes).

O curso será desenvolvido em uma plataforma digital 100 % online onde, cada beneficiário receberá um login e uma senha que será inserida em uma plataforma em um ambiente virtual.

Após realizado o login na plataforma, o beneficiário poderá acessar o conteúdo do curso e poderá trocar informações e dúvidas em tempo real ou em horário determinado.

O professor poderá propor atividades na plataforma, onde o beneficiário terá que apresentar informações em um arquivo de texto, vídeo, imagem ou PDF e enviar via plataforma para análise do professor.

Teremos, também, como forma de avaliação os questionários eletrônicos, sendo uma atividade assíncrona sobre os conteúdos estudados e o beneficiário terá que responder estas questões via ambiente virtual. Os professores terão a opção de disponibilizar comentários para cada questão.

2. Instrumento de avaliação dos participantes do curso/oficina: (descreva a forma como os participantes avaliarão o curso/oficina, opinando sobre os instrutores, material didático, organização da ação formativa, instalações, dentre outros).

Será aplicado uma pesquisa de satisfação para os alunos e demais participantes para avaliação do curso/infraestrutura e professores.

CERTIFICAÇÃO: (indique quais os critérios para recebimento dos certificados).

O curso terá certificado com verificação de autenticidade para aqueles que participarem de no mínimo 70% das aulas.

REFERÊNCIAS: (Indique a bibliografia – livros, artigos, periódicos, folhetos, monografias, dissertações, teses - ou outros itens, a exemplo de sites, blogs, vídeos, vivências, saberes, etc., que serão utilizados como referência na ação formativa).

BELLOTTO, Heloísa Liberalli. Arquivos Permanentes: Tratamento Documental. 2º ed. rev.ampl.Rio de Janeiro: FGV editora, 2004

SANDRONI, Paulo. Novíssimo Dicionário de Economia. São Paulo, Best Seller, 2003

RIBEIRO, Osni Moura. Contabilidade Básica Fácil. 21 ed. Saraiva:1997

Obs.: Como modelo básico, todos os campos deste formulário deverão ser preenchidos, no entanto, o proponente poderá acrescentar outras informações que julgar necessárias.

ANEXO XXIV
PLANO DE CURSO/OFICINA

PLANO DE CURSO/OFICINA
NOME DO PROJETO: INOVA DF
NOME DO CURSO/OFICINA: Introdução Business Analytics
EMENTA: (faça um resumo do conteúdo do curso/oficina) Introdução à Visualização de Dados Dashboard PowerBI e Criação de relatórios; Cloud Data e Conexão em Analysis Services Azure: Exemplos de Aplicações. Conceitos e aplicações de tecnologias Business Intelligence (BI): visão empresarial, ferramentas computacionais e relação com sistemas de gestão; Data Warehouse e Interface OLAP e Conceitos Básicos de Data Mining
OBJETIVOS: (indique os objetivos gerais e específicos de seu curso/oficina) Os alunos serão preparados para atuar em três grandes pilares: Gestão de negócios, Análise de dados e Tecnologia da Informação. Dentre as competências desenvolvidas, podemos destacar:
PÚBLICO-ALVO ESCOLHIDO: (indique as características do público a ser trabalhado. Ex.: nível de formação, sexo, faixa de renda, local de moradia, membro de uma comunidade ou grupo, etc.) Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis
FAIXA ETÁRIA: A partir dos 14 anos
PRÉ-REQUISITOS PARA INSCRIÇÃO: Realizar inscrição. Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis.
Nº DE TURMAS: 1 turma
Nº DE PARTICIPANTES POR TURMA: Ilimitado
METODOLOGIA: (indique os métodos e técnicas utilizados em seu curso/oficina para atingir seus objetivos) A metodologia a ser utilizada nos cursos a distância será a ativa, com a exposição dos vídeos de aula e por meio de discussões diárias a serem realizadas nos fóruns para esclarecimento de dúvidas e para debates sobre temas relevantes ao curso. O aproveitamento dos alunos será avaliado através de atividades à distância, além da prova final
RECURSOS DIDÁTICOS: (indique os equipamentos ou materiais que serão utilizados no curso/oficina) Videos

PERIODICIDADE: (indique a duração do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

12 videoaulas de 30 minutos.

CARGA HORÁRIA: (registre a forma como será a distribuição da carga horária do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

6 horas

CONTEÚDO: (indique os assuntos que serão trabalhados no curso/oficina).

INTRODUÇÃO AO BUSINESS ANALYTICS		
Módulo	Conteúdo	Carga Horária
Módulo 1	Como o People Analytics Está Sendo Usado	2
Módulo 2	Segmentação de clientes	2
Módulo 3	Otimização de Preços e Mix de Produtos	2
		6

AVALIAÇÃO:

1. Instrumento de avaliação do curso/oficina: (descreva a forma de avaliação do curso/oficina, indicando como os professores/oficineiros avaliarão os participantes).

O curso será desenvolvido em uma plataforma digital 100 % online onde, cada beneficiário receberá um login e uma senha que será inserida em uma plataforma em um ambiente virtual.

Após realizado o login na plataforma, o beneficiário poderá acessar o conteúdo do curso e poderá trocar informações e dúvidas em tempo real ou em horário determinado.

O professor poderá propor atividades na plataforma, onde o beneficiário terá que apresentar informações em um arquivo de texto, vídeo, imagem ou PDF e enviar via plataforma para análise do professor.

Teremos, também, como forma de avaliação os questionários eletrônicos, sendo uma atividade assíncrona sobre os conteúdos estudados e o beneficiário terá que responder estas questões via ambiente virtual. Os professores terão a opção de disponibilizar comentários para cada questão.

2. Instrumento de avaliação dos participantes do curso/oficina: (descreva a forma como os participantes avaliarão o curso/oficina, opinando sobre os instrutores, material didático, organização da ação formativa, instalações, dentre outros).

Será aplicado uma pesquisa de satisfação para os alunos e demais participantes para avaliação do curso/ infraestrutura e professores.

CERTIFICAÇÃO: (indique quais os critérios para recebimento dos certificados).

O curso terá certificado com verificação de autenticidade para aqueles que participarem de no mínimo 70% das aulas.

REFERÊNCIAS: (Indique a bibliografia – livros, artigos, periódicos, folhetos, monografias, dissertações, teses - ou outros itens, a exemplo de sites, blogs, vídeos, vivências, saberes, etc., que serão utilizados como referência na ação formativa).

DAVENPORT, T. H. Big Data no Trabalho; Rio de Janeiro: Alta Books, 2017.

FERRARI, A.; RUSSO, M. The Definitive Guide to DAX: Business intelligence for Microsoft Power BI, SQL Server Analysis Services, and Excel, (2nd Edition); ..: Microsoft Press, 2019.

FAWCETT, T.; PROVOST, F.; BOSCATO, M. Data Science para Negócios; Rio de Janeiro: Alta Books, 2016.

KIMBALL, R. The Data Warehouse Toolkit: The Definitive Guide to Dimensional Modeling; .: John Wiley & Sons, 2013.

SILVA, L. N. C.; FERRAR, D. G.; QUERO, P. Introdução à Mineração de Dados. Conceitos Básicos, Algoritmos e Aplicações; São Paulo: Saraiva, 2016.

SILVA, R. F. Power BI - Business Intelligence Clinic: Create and Learn, Independently Published; .: ., 2018.

Obs.: Como modelo básico, todos os campos deste formulário deverão ser preenchidos, no entanto, o proponente poderá acrescentar outras informações que julgar necessárias.

ANEXO XXIV
PLANO DE CURSO/OFICINA

PLANO DE CURSO/OFICINA
NOME DO PROJETO: INOVA DF
NOME DO CURSO/OFICINA: : Marketing na gestão empresarial
EMENTA: (faça um resumo do conteúdo do curso/oficina) Desenvolvimento de estratégias e planos de marketing, Elaboração de cenários, diagnóstico e controle, necessários para o planejamento estratégico da organização. Apresenta diversas tendências esperadas nos usos de seus instrumentos e práticas. Planejamento estratégico corporativo, unidades de negócios. Natureza e conteúdo de um plano de marketing.
OBJETIVOS: (indique os objetivos gerais e específicos de seu curso/oficina) Consolidar os conceitos e ferramentas de marketing e aplicá-los na gestão do marketing estratégico das organizações, levando o aluno a uma visão holística. Após a conclusão desta, o aluno deverá ser capaz de discutir o plano de marketing, detalhar e descrever as etapas de um plano de marketing, discutir as principais estratégias de marketing, contextualizar a importância da concorrência para a competitividade organizacional.
PÚBLICO-ALVO ESCOLHIDO: (indique as características do público a ser trabalhado. Ex.: nível de formação, sexo, faixa de renda, local de moradia, membro de uma comunidade ou grupo, etc.) Realizar inscrição. Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis
FAIXA ETÁRIA: A partir dos 14 anos
PRÉ-REQUISITOS PARA INSCRIÇÃO: Realizar inscrição. Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis.
Nº DE TURMAS: 1 turma
Nº DE PARTICIPANTES POR TURMA: Ilimitado
METODOLOGIA: (indique os métodos e técnicas utilizados em seu curso/oficina para atingir seus objetivos) A metodologia a ser utilizada nos cursos a distância será a ativa, com a exposição dos vídeos de aula e por meio de discussões diárias a serem realizadas nos fóruns para esclarecimento de dúvidas e para debates sobre temas relevantes ao curso. O aproveitamento dos alunos será avaliado através de atividades à distância, além da prova final
RECURSOS DIDÁTICOS: (indique os equipamentos ou materiais que serão utilizados no curso/oficina)

Videos

PERIODICIDADE: (indique a duração do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

12 videoaulas de 30 minutos.

CARGA HORÁRIA: (registre a forma como será a distribuição da carga horária do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

6 horas

CONTEÚDO: (indique os assuntos que serão trabalhados no curso/oficina).

MARKETING NA GESTÃO EMPRESARIAL		
Módulo	Conteúdo	Carga Horária
Módulo 1	Branding e semiótica	2
Módulo 2	Planejamento de marketing	2
Módulo 3	Tendências de marketing	2
		6

AVALIAÇÃO:

1. Instrumento de avaliação do curso/oficina: (descreva a forma de avaliação do curso/oficina, indicando como os professores/oficineiros avaliarão os participantes).

O curso será desenvolvido em uma plataforma digital 100 % online onde, cada beneficiário receberá um login e uma senha que será inserida em uma plataforma em um ambiente virtual.

Após realizado o login na plataforma, o beneficiário poderá acessar o conteúdo do curso e poderá trocar informações e dúvidas em tempo real ou em horário determinado.

O professor poderá propor atividades na plataforma, onde o beneficiário terá que apresentar informações em um arquivo de texto, vídeo, imagem ou PDF e enviar via plataforma para análise do professor.

Teremos, também, como forma de avaliação os questionários eletrônicos, sendo uma atividade assíncrona sobre os conteúdos estudados e o beneficiário terá que responder estas questões via ambiente virtual. Os professores terão a opção de disponibilizar comentários para cada questão.

2. Instrumento de avaliação dos participantes do curso/oficina: (descreva a forma como os participantes avaliarão o curso/oficina, opinando sobre os instrutores, material didático, organização da ação formativa, instalações, dentre outros).

Será aplicado uma pesquisa de satisfação para os alunos e demais participantes para avaliação do curso/ infraestrutura e professores.

CERTIFICAÇÃO: (indique quais os critérios para recebimento dos certificados).

O curso terá certificado com verificação de autenticidade para aqueles que participarem de no mínimo 70% das aulas.

REFERÊNCIAS: (Indique a bibliografia – livros, artigos, periódicos, folhetos, monografias, dissertações, teses - ou outros itens, a exemplo de sites, blogs, vídeos, vivências, saberes, etc., que serão utilizados como referência na ação formativa).

CAMPOMAR, Marcos Cortez & IKEDA, Ana Akemi. O Planejamento de Marketing. São Paulo: Saraiva 2006.

KOTLER, Philip & KELLER, Kevin L. Administração de Marketing. 14 ed. São Paulo: Pearson, 2012.

MALHOTRA, Naresh. Planos de Marketing. São Paulo: Saraiva 2013.

EMERY, Stewart. Gestão estratégica do design: como um ótimo design fará as pessoas amarem sua empresa. São Paulo: Editora MBooks, 2009.

GUILLERMO, Álvaro. Branding: Design e estratégias de marcas. São Paulo: Ed. A Girafa, 2008.

BRUNNER, Robert;

GUIMARÃES, Luciano. As cores na mídia. São Paulo: Annablume, 2003.

PEON, MARIA LUISA. Sistemas de Identidade Visual. São Paulo: Ed. 2AB, 2003.

VILLAS BOAS, André. Identidade e Cultura. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.

Obs.: Como modelo básico, todos os campos deste formulário deverão ser preenchidos, no entanto, o proponente poderá acrescentar outras informações que julgar necessárias.

ANEXO XXIV
PLANO DE CURSO/OFICINA

PLANO DE CURSO/OFICINA
NOME DO PROJETO: INOVA DF
NOME DO CURSO/OFICINA: Mindset digital
EMENTA: (faça um resumo do conteúdo do curso/oficina) No Curso de Mindset Digital, da área Administração, você aprenderá sobre tecnologias inovadoras e como elas estão mudando o modo de trabalho do ser humano; saberá mais sobre como ser digital, DNA digital, a importância das pessoas na inovação, e muito mais
OBJETIVOS: (indique os objetivos gerais e específicos de seu curso/oficina) Em uma sociedade hiperconectada como a nossa, onde todas as coisas acontecem ao mesmo tempo e, na maior parte do tempo, por meio da tecnologia, é importante ser digital.
PÚBLICO-ALVO ESCOLHIDO: (indique as características do público a ser trabalhado. Ex.: nível de formação, sexo, faixa de renda, local de moradia, membro de uma comunidade ou grupo, etc.) Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis
FAIXA ETÁRIA: A partir dos 14 anos
PRÉ-REQUISITOS PARA INSCRIÇÃO: Realizar inscrição. Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis.
Nº DE TURMAS: 1 turma
Nº DE PARTICIPANTES POR TURMA: Ilimitado
METODOLOGIA: (indique os métodos e técnicas utilizados em seu curso/oficina para atingir seus objetivos) A metodologia a ser utilizada nos cursos a distância será a ativa, com a exposição dos vídeos de aula e por meio de discussões diárias a serem realizadas nos fóruns para esclarecimento de dúvidas e para debates sobre temas relevantes ao curso. O aproveitamento dos alunos será avaliado através de atividades à distância, além da prova final
RECURSOS DIDÁTICOS: (indique os equipamentos ou materiais que serão utilizados no curso/oficina) Videos

PERIODICIDADE: (indique a duração do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

12 videoaulas de 30 minutos.

CARGA HORÁRIA: (registre a forma como será a distribuição da carga horária do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

6 horas

CONTEÚDO: (indique os assuntos que serão trabalhados no curso/oficina).

MIDSET DIGITAL		
Módulo	Conteúdo	Carga Horária
Módulo 1	A indústria 4.0	2
Módulo 2	Tecnologia de inteligência	2
Módulo 3	O futuro inovador	2
		6

AVALIAÇÃO:

1. Instrumento de avaliação do curso/oficina: (descreva a forma de avaliação do curso/oficina, indicando como os professores/oficineiros avaliarão os participantes).

O curso será desenvolvido em uma plataforma digital 100 % online onde, cada beneficiário receberá um login e uma senha que será inserida em uma plataforma em um ambiente virtual.

Após realizado o login na plataforma, o beneficiário poderá acessar o conteúdo do curso e poderá trocar informações e dúvidas em tempo real ou em horário determinado.

O professor poderá propor atividades na plataforma, onde o beneficiário terá que apresentar informações em um arquivo de texto, vídeo, imagem ou PDF e enviar via plataforma para análise do professor.

Teremos, também, como forma de avaliação os questionários eletrônicos, sendo uma atividade assíncrona sobre os conteúdos estudados e o beneficiário terá que responder estas questões via ambiente virtual. Os professores terão a opção de disponibilizar comentários para cada questão.

2. Instrumento de avaliação dos participantes do curso/oficina: (descreva a forma como os participantes avaliarão o curso/oficina, opinando sobre os instrutores, material didático, organização da ação formativa, instalações, dentre outros).

Será aplicado uma pesquisa de satisfação para os alunos e demais participantes para avaliação do curso/ infraestrutura e professores.

CERTIFICAÇÃO: (indique quais os critérios para recebimento dos certificados).

O curso terá certificado com verificação de autenticidade para aqueles que participarem de no mínimo 70% das aulas.

REFERÊNCIAS: (Indique a bibliografia – livros, artigos, periódicos, folhetos, monografias, dissertações, teses - ou outros itens, a exemplo de sites, blogs, vídeos, vivências, saberes, etc., que serão utilizados como referência na ação formativa).

BURDEA, G.; COIFFET, P. Virtual Reality Technology. 2ª ed. Wiley, 2003.

CASE, S. A Terceira Onda da Internet: Como reinventar os negócios na era digital. 1ª ed. Alta Books, 2018.

MELO, A; ABELHEIRA, R. Design Thinking & Thinking Design: metodologia, ferramentas e uma reflexão sobre o tema. São Paulo: Novatec, 2015.

ROGER D. L.; SERRA, A. C. C. Transformação digital: repensando o seu negócio para a era digital. São Paulo: Editora Autêntica Business, 2017.

SUTHERLAND, J; SCHWABER, K. The Scrum Guide. 11/2017. Disponível em: <<https://www.scrumguides.org/docs/scrumguide/v2017/2017-Scrum-Guide-Portuguese-Brazilian.pdf>>. Acesso em: 10/06/2019. TAPPSCOT, D. A hora da geração digital. São Paulo: Editora Agir, 2010.

Obs.: Como modelo básico, todos os campos deste formulário deverão ser preenchidos, no entanto, o proponente poderá acrescentar outras informações que julgar necessárias.

ANEXO XXIV
PLANO DE CURSO/OFICINA

PLANO DE CURSO/OFICINA
NOME DO PROJETO: INOVA DF
NOME DO CURSO/OFICINA: Introdução ao planejamento estratégico
EMENTA: (faça um resumo do conteúdo do curso/oficina) Conceitos de planejamento estratégico. Metodologia de elaboração e implementação do planejamento estratégico. Diagnóstico estratégico. Missão da empresa. Objetivos e desafios empresariais. Projetos e planos de ação. Controle e avaliação do planejamento estratégico.
OBJETIVOS: (indique os objetivos gerais e específicos de seu curso/oficina) Elaborar um plano estratégico de baixa complexidade aplicado a um caso real com a integração de ferramentas de planejamento conforme a Abordagem Baseada em Problemas (PBL – Problem-Based Learning).
PÚBLICO-ALVO ESCOLHIDO: (indique as características do público a ser trabalhado. Ex.: nível de formação, sexo, faixa de renda, local de moradia, membro de uma comunidade ou grupo, etc.) Realizar inscrição. Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis
FAIXA ETÁRIA: A partir dos 14 anos
PRÉ-REQUISITOS PARA INSCRIÇÃO: Realizar inscrição. Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis.
Nº DE TURMAS: 1
Nº DE PARTICIPANTES POR TURMA: ilimitado
METODOLOGIA: (indique os métodos e técnicas utilizados em seu curso/oficina para atingir seus objetivos) A metodologia a ser utilizada nos cursos a distância será a ativa, com a exposição dos vídeos de aula e por meio de discussões diárias a serem realizadas nos fóruns para esclarecimento de dúvidas e para debates sobre temas relevantes ao curso. O aproveitamento dos alunos será avaliado através de atividades à distância, além da prova final
RECURSOS DIDÁTICOS: (indique os equipamentos ou materiais que serão utilizados no curso/oficina) Video

PERIODICIDADE: (indique a duração do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

12 videoaulas de 30 minutos.

CARGA HORÁRIA: (registre a forma como será a distribuição da carga horária do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

6 horas

CONTEÚDO: (indique os assuntos que serão trabalhados no curso/oficina).

INTRODUÇÃO AO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO		
Módulo	Conteúdo	Carga Horária
Módulo 1	Introdução ao planejamento estratégico	2
Módulo 2	Análise SWOT	2
Módulo 3	Balance Scorecard	2
		6

AVALIAÇÃO:

1. Instrumento de avaliação do curso/oficina: (descreva a forma de avaliação do curso/oficina, indicando como os professores/oficineiros avaliarão os participantes).

O curso será desenvolvido em uma plataforma digital 100 % online onde, cada beneficiário receberá um login e uma senha que será inserida em uma plataforma em um ambiente virtual.

Após realizado o login na plataforma, o beneficiário poderá acessar o conteúdo do curso e poderá trocar informações e dúvidas em tempo real ou em horário determinado.

O professor poderá propor atividades na plataforma, onde o beneficiário terá que apresentar informações em um arquivo de texto, vídeo, imagem ou PDF e enviar via plataforma para análise do professor.

Teremos, também, como forma de avaliação os questionários eletrônicos, sendo uma atividade assíncrona sobre os conteúdos estudados e o beneficiário terá que responder estas questões via ambiente virtual. Os professores terão a opção de disponibilizar comentários para cada questão.

2. Instrumento de avaliação dos participantes do curso/oficina: (descreva a forma como os participantes avaliarão o curso/oficina, opinando sobre os instrutores, material didático, organização da ação formativa, instalações, dentre outros).

Será aplicado uma pesquisa de satisfação para os alunos e demais participantes para avaliação do curso/ infraestrutura e professores.

CERTIFICAÇÃO: (indique quais os critérios para recebimento dos certificados).

O curso terá certificado com verificação de autenticidade para aqueles que participarem de no mínimo 70% das aulas.

REFERÊNCIAS: (Indique a bibliografia – livros, artigos, periódicos, folhetos, monografias, dissertações, teses - ou outros itens, a exemplo de sites, blogs, vídeos, vivências, saberes, etc., que serão utilizados como referência na ação formativa).

BESANKO, D.; DRANOVE, D.; SHANLEY, M.; SCHAEFER, S. A economia da estratégia. Porto Alegre: Bookman, 2012.

CERTO, Samuel C. et al. Administração estratégica: planejamento e implantação da estratégia. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice-Hall, 2005.

FISCHMANN, Adalberto A.; ALMEIDA, Martinho Isnard R. Planejamento estratégico na prática. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GONÇALVES, C. (org.) Manual de ferramentas de estratégia empresarial. São Paulo: Atlas, 2008.

KAPLAN, Robert S. I.; NORTON, David P. A estratégia em ação: Balanced Scorecard. 22. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 1997.

KIM, W. C.; MAUBORGNE, R. A estratégia do oceano azul. 13. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Planejamento estratégico: conceitos, metodologias e práticas. 26. ed. São Paulo: Atlas: São Paulo, 2009.

SERRA, F. R. et al. Gestão estratégica: conceitos e casos. São Paulo: Atlas, 2013.

Obs.: Como modelo básico, todos os campos deste formulário deverão ser preenchidos, no entanto, o proponente poderá acrescentar outras informações que julgar necessárias.

ANEXO XXIV
PLANO DE CURSO/OFICINA

PLANO DE CURSO/OFICINA
NOME DO PROJETO: INOVA DF
NOME DO CURSO/OFICINA: Plano de negócios
EMENTA: (faça um resumo do conteúdo do curso/oficina) Conceito de Plano de Negócios. Benefícios. Aplicações. Estrutura. Sumário executivo. Descrição da empresa e características do empreendimento. Funções fundamentais do negócio. Planejamento estratégico. Análise do mercado e fatores de competitividade. Produtos e serviços. Estratégias competitivas. Marketing. Gestão e estrutura organizacional. Plano operacional. Plano financeiro de custeio e de investimentos. Fontes de financiamento.
OBJETIVOS: (indique os objetivos gerais e específicos de seu curso/oficina) Este Curso de Plano de Negócios, da categoria Administração, apresenta sobre como elaborar a apresentação do seu negócio em todos os aspectos desde as atividades, mercado, financiamento, recursos, fluxo de caixa e lucro, com vista à obtenção de novas possibilidades de financiamento.
PÚBLICO-ALVO ESCOLHIDO: (indique as características do público a ser trabalhado. Ex.: nível de formação, sexo, faixa de renda, local de moradia, membro de uma comunidade ou grupo, etc.) Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis
FAIXA ETÁRIA: A partir dos 14 anos
PRÉ-REQUISITOS PARA INSCRIÇÃO: Realizar inscrição. Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis.
Nº DE TURMAS: 1 turma
Nº DE PARTICIPANTES POR TURMA: Ilimitado
METODOLOGIA: (indique os métodos e técnicas utilizados em seu curso/oficina para atingir seus objetivos) A metodologia a ser utilizada nos cursos a distância será a ativa, com a exposição dos vídeos de aula e por meio de discussões diárias a serem realizadas nos fóruns para esclarecimento de dúvidas e para debates sobre temas relevantes ao curso. O aproveitamento dos alunos será avaliado através de atividades à distância, além da prova final
RECURSOS DIDÁTICOS: (indique os equipamentos ou materiais que serão utilizados no curso/oficina)

Videos

PERIODICIDADE: (indique a duração do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

12 videoaulas de 30 minutos.

CARGA HORÁRIA: (registre a forma como será a distribuição da carga horária do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

6 horas

CONTEÚDO: (indique os assuntos que serão trabalhados no curso/oficina).

PLANO DE NEGÓCIOS		
Módulo	Conteúdo	Carga Horária
Módulo 1	Estrutura de um plano de negócios	2
Módulo 2	Setor de atividade e forma jurídica, missão da empresa	2
Módulo 3	Plano de negócios na prática	2
		6

AVALIAÇÃO:

1. Instrumento de avaliação do curso/oficina: (descreva a forma de avaliação do curso/oficina, indicando como os professores/oficineiros avaliarão os participantes).

O curso será desenvolvido em uma plataforma digital 100 % online onde, cada beneficiário receberá um login e uma senha que será inserida em uma plataforma em um ambiente virtual.

Após realizado o login na plataforma, o beneficiário poderá acessar o conteúdo do curso e poderá trocar informações e dúvidas em tempo real ou em horário determinado.

O professor poderá propor atividades na plataforma, onde o beneficiário terá que apresentar informações em um arquivo de texto, vídeo, imagem ou PDF e enviar via plataforma para análise do professor.

Teremos, também, como forma de avaliação os questionários eletrônicos, sendo uma atividade assíncrona sobre os conteúdos estudados e o beneficiário terá que responder estas questões via ambiente virtual. Os professores terão a opção de disponibilizar comentários para cada questão.

2. Instrumento de avaliação dos participantes do curso/oficina: (descreva a forma como os participantes avaliarão o curso/oficina, opinando sobre os instrutores, material didático, organização da ação formativa, instalações, dentre outros).

Será aplicado uma pesquisa de satisfação para os alunos e demais participantes para avaliação do curso/infraestrutura e professores.

CERTIFICAÇÃO: (indique quais os critérios para recebimento dos certificados).

O curso terá certificado com verificação de autenticidade para aqueles que participarem de no mínimo 70% das aulas.

REFERÊNCIAS: (Indique a bibliografia – livros, artigos, periódicos, folhetos, monografias, dissertações, teses - ou outros itens, a exemplo de sites, blogs, vídeos, vivências, saberes, etc., que serão utilizados como referência na ação formativa).

BIZOTTO. Cardos Eduardo Negrão - Plano de Negócios para Empreendimentos Inovadores. São Paulo: Atlas 2008.

DORNELAS. Jose Carlos Assis - Plano de Negócios: O Seu Guia Definitivo - Editora: Elsevier - Campus

SAMPAIO, C. H. Planejamento Estratégico para Pequenas Empresas. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2004.

Obs.: Como modelo básico, todos os campos deste formulário deverão ser preenchidos, no entanto, o proponente poderá acrescentar outras informações que julgar necessárias.

ANEXO XXIV
PLANO DE CURSO/OFICINA

PLANO DE CURSO/OFICINA
NOME DO PROJETO: INOVA DF
NOME DO CURSO/OFICINA: Práticas de sustentabilidade para empresas – ISSO 140001
EMENTA: (faça um resumo do conteúdo do curso/oficina)
Implicações da Crise Ambiental para a estratégia das empresas e o empreendedorismo: Riscos e Oportunidades; Aplicação dos conceitos de desenvolvimento Sustentável e Sustentabilidade empresarial a novos negócios; Ecoestratégias pós Quioto e economia verde; Definição de Empreendedorismo Sustentável e Tipos de Econegócios; Mapeamento de Oportunidades de Econegócios; Ecodesign, Inovação e Marketing Verde; Como planejar um empreendimento sustentável; Medição do Impacto ambiental de produtos e operações e medição da sustentabilidade de novos empreendimentos.
OBJETIVOS: (indique os objetivos gerais e específicos de seu curso/oficina)
No Curso de Práticas de Sustentabilidade, na área de <u>Administração</u> , ensina sobre formas de compreender as ações da empresa na área ambiental para elevar sua produtividade, melhorar seus produtos e métodos de gestão ao mesmo tempo em que contribui para a preservação do meio ambiente.
PÚBLICO-ALVO ESCOLHIDO: (indique as características do público a ser trabalhado. Ex.: nível de formação, sexo, faixa de renda, local de moradia, membro de uma comunidade ou grupo, etc.)
Realizar inscrição. Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis
FAIXA ETÁRIA:
A partir dos 14 anos
PRÉ-REQUISITOS PARA INSCRIÇÃO:
Realizar inscrição. Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis.
Nº DE TURMAS: 1 turma
Nº DE PARTICIPANTES POR TURMA: Ilimitado
METODOLOGIA: (indique os métodos e técnicas utilizados em seu curso/oficina para atingir seus objetivos)
A metodologia a ser utilizada nos cursos a distância será a ativa, com a exposição dos vídeos de aula e por meio de discussões diárias a serem realizadas nos fóruns para esclarecimento de dúvidas e para debates sobre temas relevantes ao curso. O aproveitamento dos alunos será avaliado através de atividades à distância, além da prova final

RECURSOS DIDÁTICOS: (indique os equipamentos ou materiais que serão utilizados no curso/oficina)

Videos

PERIODICIDADE: (indique a duração do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

12 videoaulas de 30 minutos.

CARGA HORÁRIA: (registre a forma como será a distribuição da carga horária do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

6 horas

CONTEÚDO: (indique os assuntos que serão trabalhados no curso/oficina).

PRÁTICAS DE SUSTENTABILIDADE

Módulo	Conteúdo	Carga Horária
Módulo 1	Conceito de sustentabilidade	2
Módulo 2	Educação ambiental	2
Módulo 3	Exemplos de sustentabilidade	2
		6

AVALIAÇÃO:

1. Instrumento de avaliação do curso/oficina: (descreva a forma de avaliação do curso/oficina, indicando como os professores/oficineiros avaliarão os participantes).

O curso será desenvolvido em uma plataforma digital 100 % online onde, cada beneficiário receberá um login e uma senha que será inserida em uma plataforma em um ambiente virtual.

Após realizado o login na plataforma, o beneficiário poderá acessar o conteúdo do curso e poderá trocar informações e dúvidas em tempo real ou em horário determinado.

O professor poderá propor atividades na plataforma, onde o beneficiário terá que apresentar informações em um arquivo de texto, vídeo, imagem ou PDF e enviar via plataforma para análise do professor.

Teremos, também, como forma de avaliação os questionários eletrônicos, sendo uma atividade assíncrona sobre os conteúdos estudados e o beneficiário terá que responder estas questões via ambiente virtual. Os professores terão a opção de disponibilizar comentários para cada questão.

2. Instrumento de avaliação dos participantes do curso/oficina: (descreva a forma como os participantes avaliarão o curso/oficina, opinando sobre os instrutores, material didático, organização da ação formativa, instalações, dentre outros).

Será aplicado uma pesquisa de satisfação para os alunos e demais participantes para avaliação do curso/infraestrutura e professores.

CERTIFICAÇÃO: (indique quais os critérios para recebimento dos certificados).

O curso terá certificado com verificação de autenticidade para aqueles que participarem de no mínimo 70% das aulas.

REFERÊNCIAS: (Indique a bibliografia – livros, artigos, periódicos, folhetos, monografias, dissertações, teses - ou outros itens, a exemplo de sites, blogs, vídeos, vivências, saberes, etc., que serão utilizados como referência na ação formativa).

ALMEIDA, Fernando. O Bom Negócio da Sustentabilidade.; Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2002.

BROWN, Lester R. Eco economia construindo uma economia para a terra; Salvador: UMA, 2003.

DIAS. Reinaldo. Eco Inovação O caminho para o crescimento Sustentável; São Paulo: Atlas, 2014.

ESTY Daniel C; WINSTON, Andrew S. Green to gold: . how smart companies use environmental strategy to innovate, create Value, and build Competitive Advantage; New Haven: Yale University, 2006.

MANZINI, Ezio; VEZZOLI, Carlo. O Desenvolvimento de Produtos Sustentáveis Os Requisitos Ambientais dos Produtos Industriais; São Paulo: Edusop, 2008.

WEBER, KARL; SAVITZ, ANDREW. A Empresa Sustentável:. , 2009 O Verdadeiro Sucesso e Lucro Com Responsabilidade; Rio de Janeiro: CAMPUS, 2009.

Obs.: Como modelo básico, todos os campos deste formulário deverão ser preenchidos, no entanto, o proponente poderá acrescentar outras informações que julgar necessárias.

ANEXO XXIV
PLANO DE CURSO/OFICINA

PLANO DE CURSO/OFICINA
NOME DO PROJETO: INOVA DF
NOME DO CURSO/OFICINA: RH - estratégico
EMENTA: (faça um resumo do conteúdo do curso/oficina) Estudo da relação entre a empresa e seus recursos humanos. Reflexão sobre a política geral de gestão de pessoas: a integração e a produtividade do trabalhador. Análise da gestão estratégica e da gestão de recursos humanos para os resultados organizacionais. Estudo da coordenação sistêmica da administração de gestão de pessoas e sua influência no clima organizacional. Debate sobre o planejamento e sistema de informação, bem como sobre a influência dos aspectos práticos e do processo de trabalho na vivência da gestão de recursos humanos nas organizações.
OBJETIVOS: (indique os objetivos gerais e específicos de seu curso/oficina) No Curso de RH Estratégico, na área de Recursos Humanos, aborda os conceitos, ferramentas e planos para transformar o RH convencional em um RH estratégico.
PÚBLICO-ALVO ESCOLHIDO: (indique as características do público a ser trabalhado. Ex.: nível de formação, sexo, faixa de renda, local de moradia, membro de uma comunidade ou grupo, etc.) Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis
FAIXA ETÁRIA: A partir dos 14 anos
PRÉ-REQUISITOS PARA INSCRIÇÃO: Realizar inscrição. Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis.
Nº DE TURMAS: 1 turma
Nº DE PARTICIPANTES POR TURMA: Ilimitado
METODOLOGIA: (indique os métodos e técnicas utilizados em seu curso/oficina para atingir seus objetivos) A metodologia a ser utilizada nos cursos a distância será a ativa, com a exposição dos vídeos de aula e por meio de discussões diárias a serem realizadas nos fóruns para esclarecimento de dúvidas e para debates sobre temas relevantes ao curso. O aproveitamento dos alunos será avaliado através de atividades à distância, além da prova final
RECURSOS DIDÁTICOS: (indique os equipamentos ou materiais que serão utilizados no curso/oficina)

Videos

PERIODICIDADE: (indique a duração do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

12 videoaulas de 30 minutos.

CARGA HORÁRIA: (registre a forma como será a distribuição da carga horária do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

6 horas

CONTEÚDO: (indique os assuntos que serão trabalhados no curso/oficina).

RH ESTRATÉGICO		
Módulo	Conteúdo	Carga Horária
Módulo 1	Conceito de estratégia em RH	2
Módulo 2	Modelos organizacionais	2
Módulo 3	Analises de cenários SWOT e PEST	2
		6

AVALIAÇÃO:

1. Instrumento de avaliação do curso/oficina: (descreva a forma de avaliação do curso/oficina, indicando como os professores/oficineiros avaliarão os participantes).

O curso será desenvolvido em uma plataforma digital 100 % online onde, cada beneficiário receberá um login e uma senha que será inserida em uma plataforma em um ambiente virtual.

Após realizado o login na plataforma, o beneficiário poderá acessar o conteúdo do curso e poderá trocar informações e dúvidas em tempo real ou em horário determinado.

O professor poderá propor atividades na plataforma, onde o beneficiário terá que apresentar informações em um arquivo de texto, vídeo, imagem ou PDF e enviar via plataforma para análise do professor.

Teremos, também, como forma de avaliação os questionários eletrônicos, sendo uma atividade assíncrona sobre os conteúdos estudados e o beneficiário terá que responder estas questões via ambiente virtual. Os professores terão a opção de disponibilizar comentários para cada questão.

2. Instrumento de avaliação dos participantes do curso/oficina: (descreva a forma como os participantes avaliarão o curso/oficina, opinando sobre os instrutores, material didático, organização da ação formativa, instalações, dentre outros).

Será aplicado uma pesquisa de satisfação para os alunos e demais participantes para avaliação do curso/ infraestrutura e professores.

CERTIFICAÇÃO: (indique quais os critérios para recebimento dos certificados).

O curso terá certificado com verificação de autenticidade para aqueles que participarem de no mínimo 70% das aulas.

REFERÊNCIAS: (Indique a bibliografia – livros, artigos, periódicos, folhetos, monografias, dissertações, teses - ou outros itens, a exemplo de sites, blogs, vídeos, vivências, saberes, etc., que serão utilizados como referência na ação formativa).

MARRAS, Jean Pierre. Administração de Recursos Humanos: do Operacional ao Estratégico. 14 ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

PINTO, Sandra Regina da Rocha; PEREIRA, Claudio de Souza. Dimensões Funcionais da Gestão de Pessoas. 9 ed. Rio de Janeiro: FGV. 2008.

CHIAVENATO, Idalberto. Recursos Humanos: O Capital Humano nas Organizações. São Paulo: Atlas. 2008.

FERNANDES, Bruno Henrique Rocha; BERTON, Luiz Hamilton. Administração Estratégica: Da Competência Empreendedora à Avaliação de Desempenho. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2012. (livro eletrônico)

Obs.: Como modelo básico, todos os campos deste formulário deverão ser preenchidos, no entanto, o proponente poderá acrescentar outras informações que julgar necessárias.

ANEXO XXIV
PLANO DE CURSO/OFICINA

PLANO DE CURSO/OFICINA
NOME DO PROJETO: INOVA DF
NOME DO CURSO/OFICINA: Segurança do trabalho
EMENTA: (faça um resumo do conteúdo do curso/oficina)
Conceitos e Legislação de Segurança do Trabalho. Análise de Riscos. Acidentes e Doenças do Trabalho: Princípios, Regras e Métodos de Prevenção. Equipamentos de Proteção Individual e Coletiva. Prevenção e Combate a Incêndio. Sinalização de Segurança. Serviços em Eletricidade. Segurança em Máquinas, Equipamentos e Ferramentas. Organização da Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA). Serviço Especializado em Engenharia de Segurança e em Medicina do Trabalho (SESMT). Elaboração de Programa de Condições e Meio Ambiente do Trabalho (PCMAT).
OBJETIVOS: (indique os objetivos gerais e específicos de seu curso/oficina)
No Curso de Introdução à Segurança do Trabalho, na área de Administração, apresenta os seguintes tópicos: O que é Segurança no Trabalho, Técnico de Segurança do Trabalho: quem é esse profissional? , Quais empresas que necessitam de Técnicos de Segurança do Trabalho? e Como identificar os riscos das operações de trabalho?.
PÚBLICO-ALVO ESCOLHIDO: (indique as características do público a ser trabalhado. Ex.: nível de formação, sexo, faixa de renda, local de moradia, membro de uma comunidade ou grupo, etc.)
Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis
FAIXA ETÁRIA:
A partir dos 14 anos
PRÉ-REQUISITOS PARA INSCRIÇÃO:
Realizar inscrição. Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis.
Nº DE TURMAS: 1 turma
Nº DE PARTICIPANTES POR TURMA: Ilimitado
METODOLOGIA: (indique os métodos e técnicas utilizados em seu curso/oficina para atingir seus objetivos)
A metodologia a ser utilizada nos cursos a distância será a ativa, com a exposição dos vídeos de aula e por meio de discussões diárias a serem realizadas nos fóruns para esclarecimento de dúvidas e para debates sobre temas relevantes ao curso. O aproveitamento dos alunos será avaliado através de atividades à distância, além da prova final
RECURSOS DIDÁTICOS: (indique os equipamentos ou materiais que serão utilizados no curso/oficina)

Videos

PERIODICIDADE: (indique a duração do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

12 videoaulas de 30 minutos.

CARGA HORÁRIA: (registre a forma como será a distribuição da carga horária do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

6 horas

CONTEÚDO: (indique os assuntos que serão trabalhados no curso/oficina).

SEGURANÇA NO TRABALHO		
Módulo	Conteúdo	Carga Horária
Módulo 1	O que é segurança no trabalho	2
Módulo 2	EPI – Equipamento de proteção individual	2
Módulo 3	Atendimento as legislações vigentes da empresa	2
		6

AVALIAÇÃO:

1. Instrumento de avaliação do curso/oficina: (descreva a forma de avaliação do curso/oficina, indicando como os professores/oficineiros avaliarão os participantes).

O curso será desenvolvido em uma plataforma digital 100 % online onde, cada beneficiário receberá um login e uma senha que será inserida em uma plataforma em um ambiente virtual.

Após realizado o login na plataforma, o beneficiário poderá acessar o conteúdo do curso e poderá trocar informações e dúvidas em tempo real ou em horário determinado.

O professor poderá propor atividades na plataforma, onde o beneficiário terá que apresentar informações em um arquivo de texto, vídeo, imagem ou PDF e enviar via plataforma para análise do professor.

Teremos, também, como forma de avaliação os questionários eletrônicos, sendo uma atividade assíncrona sobre os conteúdos estudados e o beneficiário terá que responder estas questões via ambiente virtual. Os professores terão a opção de disponibilizar comentários para cada questão.

2. Instrumento de avaliação dos participantes do curso/oficina: (descreva a forma como os participantes avaliarão o curso/oficina, opinando sobre os instrutores, material didático, organização da ação formativa, instalações, dentre outros).

Será aplicado uma pesquisa de satisfação para os alunos e demais participantes para avaliação do curso/ infraestrutura e professores.

CERTIFICAÇÃO: (indique quais os critérios para recebimento dos certificados).

O curso terá certificado com verificação de autenticidade para aqueles que participarem de no mínimo 70% das aulas.

REFERÊNCIAS: (Indique a bibliografia – livros, artigos, periódicos, folhetos, monografias, dissertações, teses - ou outros itens, a exemplo de sites, blogs, vídeos, vivências, saberes, etc., que serão utilizados como referência na ação formativa).

CARDELLA, Benedito. Segurança no trabalho e prevenção de acidentes: uma abordagem holística: segurança integrada à missão organizacional com produtividade, qualidade, preservação ambiental e desenvolvimento de pessoas. São Paulo: Atlas, 1999.

SALIBA, Tuffi Messias et al. Higiene do trabalho e programa de prevenção de riscos ambientais. 2ª ed. São Paulo: LTR, 1998.

SEGURANÇA e medicina do trabalho: Lei n.6.514, de 22 de dezembro de 1977, normas regulamentadoras (NR) aprovadas pela Portaria nº 3.214, de 08 de junho de 1978, normas regulamentadoras rurais. 54ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

Obs.: Como modelo básico, todos os campos deste formulário deverão ser preenchidos, no entanto, o proponente poderá acrescentar outras informações que julgar necessárias.

ANEXO XXIV
PLANO DE CURSO/OFICINA

PLANO DE CURSO/OFICINA
NOME DO PROJETO: INOVA DF
NOME DO CURSO/OFICINA: Segurança na internet
EMENTA: (faça um resumo do conteúdo do curso/oficina) Possibilitar ao discente a habilidade de identificar e descrever como as organizações podem proteger a sua informação, minimizando riscos e garantindo continuidade do negócio, implementar soluções de segurança da informação, planejar e propor políticas para controle de riscos aplicando os conhecimentos e técnicas estudados na disciplina.
OBJETIVOS: (indique os objetivos gerais e específicos de seu curso/oficina) No Curso de Segurança na Internet, da categoria Informática, você vai aprender quais as vulnerabilidades e ataques que ocorrem na internet, as principais formas que ficamos expostos na web e ainda como evitar que esses problemas ocorram.
PÚBLICO-ALVO ESCOLHIDO: (indique as características do público a ser trabalhado. Ex.: nível de formação, sexo, faixa de renda, local de moradia, membro de uma comunidade ou grupo, etc.) Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis
FAIXA ETÁRIA: A partir dos 14 anos
PRÉ-REQUISITOS PARA INSCRIÇÃO: Realizar inscrição. Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis.
Nº DE TURMAS: 1 turma
Nº DE PARTICIPANTES POR TURMA: Ilimitado
METODOLOGIA: (indique os métodos e técnicas utilizados em seu curso/oficina para atingir seus objetivos) A metodologia a ser utilizada nos cursos a distância será a ativa, com a exposição dos vídeos de aula e por meio de discussões diárias a serem realizadas nos fóruns para esclarecimento de dúvidas e para debates sobre temas relevantes ao curso. O aproveitamento dos alunos será avaliado através de atividades à distância, além da prova final
RECURSOS DIDÁTICOS: (indique os equipamentos ou materiais que serão utilizados no curso/oficina)

Videos

PERIODICIDADE: (indique a duração do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

12 videoaulas de 30 minutos.

CARGA HORÁRIA: (registre a forma como será a distribuição da carga horária do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

6 horas

CONTEÚDO: (indique os assuntos que serão trabalhados no curso/oficina).

SEGURANÇA NA INTERNET		
Módulo	Conteúdo	Carga Horária
Módulo 1	Conceituação C.I,D	2
Módulo 2	Criptografia	2
Módulo 3	Certificado digital e segurança de redes	2
		6

AVALIAÇÃO:

1. Instrumento de avaliação do curso/oficina: (descreva a forma de avaliação do curso/oficina, indicando como os professores/oficineiros avaliarão os participantes).

O curso será desenvolvido em uma plataforma digital 100 % online onde, cada beneficiário receberá um login e uma senha que será inserida em uma plataforma em um ambiente virtual.

Após realizado o login na plataforma, o beneficiário poderá acessar o conteúdo do curso e poderá trocar informações e dúvidas em tempo real ou em horário determinado.

O professor poderá propor atividades na plataforma, onde o beneficiário terá que apresentar informações em um arquivo de texto, vídeo, imagem ou PDF e enviar via plataforma para análise do professor.

Teremos, também, como forma de avaliação os questionários eletrônicos, sendo uma atividade assíncrona sobre os conteúdos estudados e o beneficiário terá que responder estas questões via ambiente virtual. Os professores terão a opção de disponibilizar comentários para cada questão.

2. Instrumento de avaliação dos participantes do curso/oficina: (descreva a forma como os participantes avaliarão o curso/oficina, opinando sobre os instrutores, material didático, organização da ação formativa, instalações, dentre outros).

Será aplicado uma pesquisa de satisfação para os alunos e demais participantes para avaliação do curso/ infraestrutura e professores.

CERTIFICAÇÃO: (indique quais os critérios para recebimento dos certificados).

O curso terá certificado com verificação de autenticidade para aqueles que participarem de no mínimo 70% das aulas.

REFERÊNCIAS: (Indique a bibliografia – livros, artigos, periódicos, folhetos, monografias, dissertações, teses - ou outros itens, a exemplo de sites, blogs, vídeos, vivências, saberes, etc., que serão utilizados como referência na ação formativa).

SÊMOLA, Marcos. Gestão da Segurança da Informação: uma visão executiva – Rio de Janeiro: Elsevier, 2014 – 2ª edição. ISBN-978-85-352-7178-2

BEAL, Adriana. Segurança da informação: princípios e melhores práticas para a proteção dos ativos de informação nas organizações. São Paulo: Atlas, 2005. 175 p. ISBN 8522440859 (broch.).

FERREIRA, Fernando Nicolau Freitas, ARAÚJO, Márcio Tadeu de. Política de Segurança da Informação – Guia Prático para Elaboração e Implementação – Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna Ltda., 2008 – 2ª Edição Revisada. ISBN-978-85-7393-771-8

Obs.: Como modelo básico, todos os campos deste formulário deverão ser preenchidos, no entanto, o proponente poderá acrescentar outras informações que julgar necessárias.

ANEXO XXIV
PLANO DE CURSO/OFICINA

PLANO DE CURSO/OFICINA
NOME DO PROJETO: INOVA DF
NOME DO CURSO/OFICINA: Como elaborar contratos
EMENTA: (faça um resumo do conteúdo do curso/oficina) Este Curso de Como elaborar contratos, da área Direito, ensina sobre as concepções de contrato, a sua natureza jurídica e os tipos de interpretação. Além disso, você aprenderá como ocorre o contrato de compra e venda, de troca, de locação e de prestação de serviços.
OBJETIVOS: (indique os objetivos gerais e específicos de seu curso/oficina) Os contratos de negócios fazem parte da vida de todas as empresas e existem alguns que devem ser de conhecimento de todos os empreendedores. Nas rotinas operacionais de uma empresa, existem inúmeras formalidades legais que devem ser levadas em consideração e que todo empreendedor deve estar ciente da sua utilidade para a governança corporativa de sua empresa.
PÚBLICO-ALVO ESCOLHIDO: (indique as características do público a ser trabalhado. Ex.: nível de formação, sexo, faixa de renda, local de moradia, membro de uma comunidade ou grupo, etc.) Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis
FAIXA ETÁRIA: A partir dos 14 anos
PRÉ-REQUISITOS PARA INSCRIÇÃO: Realizar inscrição. Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis.
Nº DE TURMAS: 1 turma
Nº DE PARTICIPANTES POR TURMA: Ilimitado
METODOLOGIA: (indique os métodos e técnicas utilizados em seu curso/oficina para atingir seus objetivos) A metodologia a ser utilizada nos cursos a distância será a ativa, com a exposição dos vídeos de aula e por meio de discussões diárias a serem realizadas nos fóruns para esclarecimento de dúvidas e para debates sobre temas relevantes ao curso. O aproveitamento dos alunos será avaliado através de atividades à distância, além da prova final
RECURSOS DIDÁTICOS: (indique os equipamentos ou materiais que serão utilizados no curso/oficina)

Videos

PERIODICIDADE: (indique a duração do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

12 videoaulas de 30 minutos.

CARGA HORÁRIA: (registre a forma como será a distribuição da carga horária do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

6 horas

CONTEÚDO: (indique os assuntos que serão trabalhados no curso/oficina).

COMO ELABORAR CONTRATOS		
Módulo	Conteúdo	Carga Horária
Módulo 1	Elaborando uma proposta	2
Módulo 2	Elementos do contrato	2
Módulo 3	Da extinção do contrato	2
		6

AVALIAÇÃO:

1. Instrumento de avaliação do curso/oficina: (descreva a forma de avaliação do curso/oficina, indicando como os professores/oficineiros avaliarão os participantes).

O curso será desenvolvido em uma plataforma digital 100 % online onde, cada beneficiário receberá um login e uma senha que será inserida em uma plataforma em um ambiente virtual.

Após realizado o login na plataforma, o beneficiário poderá acessar o conteúdo do curso e poderá trocar informações e dúvidas em tempo real ou em horário determinado.

O professor poderá propor atividades na plataforma, onde o beneficiário terá que apresentar informações em um arquivo de texto, vídeo, imagem ou PDF e enviar via plataforma para análise do professor.

Teremos, também, como forma de avaliação os questionários eletrônicos, sendo uma atividade assíncrona sobre os conteúdos estudados e o beneficiário terá que responder estas questões via ambiente virtual. Os professores terão a opção de disponibilizar comentários para cada questão.

2. Instrumento de avaliação dos participantes do curso/oficina: (descreva a forma como os participantes avaliarão o curso/oficina, opinando sobre os instrutores, material didático, organização da ação formativa, instalações, dentre outros).

Será aplicado uma pesquisa de satisfação para os alunos e demais participantes para avaliação do curso/ infraestrutura e professores.

CERTIFICAÇÃO: (indique quais os critérios para recebimento dos certificados).

O curso terá certificado com verificação de autenticidade para aqueles que participarem de no mínimo 70% das aulas.

REFERÊNCIAS: (Indique a bibliografia – livros, artigos, periódicos, folhetos, monografias, dissertações, teses - ou outros itens, a exemplo de sites, blogs, vídeos, vivências, saberes, etc., que serão utilizados como referência na ação formativa).

CANDELORO, Ana Paula P. Compliance 360º: riscos, estratégias, conflitos e vaidades no mundo corporativo, São Paulo: Trevisan Editora Universitária, 2012;

CARVALHO, André Castro; ALVIM, Tiago Cripa; BERTOCCELLI, Rodrigo; VENTURINI, Otavio. Manual de Compliance. 2.ed – Rio de Janeiro: Forense, 2020;

CHELIGA, Vinícius; TEIXEIRA, Tarcísio. Inteligência Artificial: aspectos jurídicos. 2. ed. rev. e atual., Salvador: Editora JusPodivm, 2020;

GOMES, Orlando. Contratos. 20ª ed., Rio de Janeiro, Forense, 2000;

Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (2015). Código de melhores práticas de governança corporativa.

Disponível em <https://conhecimento.ibgc.org.br/Paginas/Publicacao.aspx?PubId=21138>

ROSENVALD, Nelson; CHAVES, Cristiano. Curso de Direito Civil – Contratos – Teoria Geral e Contratos em Espécie – 4º vol. 6a ed. rev. e atual., Salvador/BA: JusPODIVM, 2016;

Obs.: Como modelo básico, todos os campos deste formulário deverão ser preenchidos, no entanto, o proponente poderá acrescentar outras informações que julgar necessárias.

ANEXO XXIV
PLANO DE CURSO/OFICINA

PLANO DE CURSO/OFICINA
NOME DO PROJETO: INOVA DF
NOME DO CURSO/OFICINA: Gestão de estoque
EMENTA: (faça um resumo do conteúdo do curso/oficina) Gestão de estoques e patrimônio, sistemas básicos de estocagem, transporte e manuseio de materiais. Compra: procedimentos e lote econômico. Controle de patrimônio.
OBJETIVOS: (indique os objetivos gerais e específicos de seu curso/oficina) Fundamentar conceitos, funções e ferramentas da Gestão de Estoques, de modo a: - Contextualizar a Gestão de Estoques como geradora de valor e elemento integrante da estratégia competitiva da organização; - Trabalhar as funções de Compras e Logística como fundamentais para o processo de tomada de decisão empresarial; - Estabelecer as ligações funcionais entre Gestão de Estoques e Logística
PÚBLICO-ALVO ESCOLHIDO: (indique as características do público a ser trabalhado. Ex.: nível de formação, sexo, faixa de renda, local de moradia, membro de uma comunidade ou grupo, etc.) Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis
FAIXA ETÁRIA: A partir dos 14 anos
PRÉ-REQUISITOS PARA INSCRIÇÃO: Realizar inscrição. Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis.
Nº DE TURMAS: 1 turma
Nº DE PARTICIPANTES POR TURMA: Ilimitado
METODOLOGIA: (indique os métodos e técnicas utilizados em seu curso/oficina para atingir seus objetivos) A metodologia a ser utilizada nos cursos a distância será a ativa, com a exposição dos vídeos de aula e por meio de discussões diárias a serem realizadas nos fóruns para esclarecimento de dúvidas e para debates sobre temas relevantes ao curso. O aproveitamento dos alunos será avaliado através de atividades à distância, além da prova final
RECURSOS DIDÁTICOS: (indique os equipamentos ou materiais que serão utilizados no curso/oficina) Videos

PERIODICIDADE: (indique a duração do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

12 videoaulas de 30 minutos.

CARGA HORÁRIA: (registre a forma como será a distribuição da carga horária do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

6 horas

CONTEÚDO: (indique os assuntos que serão trabalhados no curso/oficina).

GESTÃO DE ESTOQUE		
Módulo	Conteúdo	Carga Horária
Módulo 1	O que se deve manter em estoque	2
Módulo 2	Tecnologia de gestão de estoque	2
Módulo 3	Giro de estoque	2
		6

AVALIAÇÃO:

1. Instrumento de avaliação do curso/oficina: (descreva a forma de avaliação do curso/oficina, indicando como os professores/oficineiros avaliarão os participantes).

O curso será desenvolvido em uma plataforma digital 100 % online onde, cada beneficiário receberá um login e uma senha que será inserida em uma plataforma em um ambiente virtual.

Após realizado o login na plataforma, o beneficiário poderá acessar o conteúdo do curso e poderá trocar informações e dúvidas em tempo real ou em horário determinado.

O professor poderá propor atividades na plataforma, onde o beneficiário terá que apresentar informações em um arquivo de texto, vídeo, imagem ou PDF e enviar via plataforma para análise do professor.

Teremos, também, como forma de avaliação os questionários eletrônicos, sendo uma atividade assíncrona sobre os conteúdos estudados e o beneficiário terá que responder estas questões via ambiente virtual. Os professores terão a opção de disponibilizar comentários para cada questão.

2. Instrumento de avaliação dos participantes do curso/oficina: (descreva a forma como os participantes avaliarão o curso/oficina, opinando sobre os instrutores, material didático, organização da ação formativa, instalações, dentre outros).

Será aplicado uma pesquisa de satisfação para os alunos e demais participantes para avaliação do curso/ infraestrutura e professores.

CERTIFICAÇÃO: (indique quais os critérios para recebimento dos certificados).

O curso terá certificado com verificação de autenticidade para aqueles que participarem de no mínimo 70% das aulas.

REFERÊNCIAS: (Indique a bibliografia – livros, artigos, periódicos, folhetos, monografias, dissertações, teses - ou outros itens, a exemplo de sites, blogs, vídeos, vivências, saberes, etc., que serão utilizados como referência na ação formativa).

BOWERSOX, D.J. CLOSS, D.J.; COOPER, M.B. Gestão Logística de cadeias de suprimentos. Porto Alegre: Bookman, 2006. 2.

CHOPRA, S.; MEINDL, P. Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos: estratégia, planejamento e operação. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

FRANCISCHINI, Paulino G.; GURGEL, Floriano do Amaral. Administração de Materiais e do Patrimônio. São Paulo: Cengage Learning, 2010. 3.

RENDER, Barry; STAIR JR, Ralph M.; HANNA, Michael. Análise Quantitativa para Administração. Porto Alegre: Bookman, Décima Edição, 2010.

Obs.: Como modelo básico, todos os campos deste formulário deverão ser preenchidos, no entanto, o proponente poderá acrescentar outras informações que julgar necessárias.

ANEXO XXIV
PLANO DE CURSO/OFICINA

PLANO DE CURSO/OFICINA
NOME DO PROJETO: INOVA DF
NOME DO CURSO/OFICINA: Auxiliar de escritório: departamento administrativo
EMENTA: (faça um resumo do conteúdo do curso/oficina) O mercado e o ambiente de negócios; a estrutura e funcionamento organizacional, o papel e atividades do Setor Administrativo em seus principais aspectos: práticas de administração de recursos humanos, processos, materiais, contabilidade e finanças. Informações sobre o mercado e o mundo do trabalho; trabalho em equipe
OBJETIVOS: (indique os objetivos gerais e específicos de seu curso/oficina) Compreender os princípios e conceitos básicos introdutórios ao estudo da administração; O papel das organizações (público, privado e terceiro setor), da administração e do administrador no mundo globalizado; Como funciona uma empresa em suas diversas áreas de atuação; A importância dos valores éticos e de responsabilidade social e ambiental nas organizações; O conceito e a importância da sustentabilidade; A importância da missão, visão, valores, bem como as políticas da empresa, estilos de comunicação interna e externo.
PÚBLICO-ALVO ESCOLHIDO: (indique as características do público a ser trabalhado. Ex.: nível de formação, sexo, faixa de renda, local de moradia, membro de uma comunidade ou grupo, etc.) Realizar inscrição. Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis
FAIXA ETÁRIA: A partir dos 14 anos
PRÉ-REQUISITOS PARA INSCRIÇÃO: Realizar inscrição. Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis.
Nº DE TURMAS: 1 turma
Nº DE PARTICIPANTES POR TURMA: Ilimitado
METODOLOGIA: (indique os métodos e técnicas utilizados em seu curso/oficina para atingir seus objetivos) A metodologia a ser utilizada nos cursos a distância será a ativa, com a exposição dos vídeos de aula e por meio de discussões diárias a serem realizadas nos fóruns para esclarecimento de dúvidas e para debates sobre temas relevantes ao curso. O aproveitamento dos alunos será avaliado através de atividades à distância, além da prova final
RECURSOS DIDÁTICOS: (indique os equipamentos ou materiais que serão utilizados no curso/oficina)

Videos

PERIODICIDADE: (indique a duração do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

12 videoaulas de 30 minutos.

CARGA HORÁRIA: (registre a forma como será a distribuição da carga horária do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

6 horas

CONTEÚDO: (indique os assuntos que serão trabalhados no curso/oficina).

AUXILIAR DE ESCRITÓRIO: DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO

Módulo	Conteúdo	Carga Horária
Módulo 1	Introdução a administração	2
Módulo 2	Comunicação e correspondência empresarial	2
Módulo 3	Noções de contabilidade	2
		6

AVALIAÇÃO:

1. Instrumento de avaliação do curso/oficina: (descreva a forma de avaliação do curso/oficina, indicando como os professores/oficineiros avaliarão os participantes).

O curso será desenvolvido em uma plataforma digital 100 % online onde, cada beneficiário receberá um login e uma senha que será inserida em uma plataforma em um ambiente virtual.

Após realizado o login na plataforma, o beneficiário poderá acessar o conteúdo do curso e poderá trocar informações e dúvidas em tempo real ou em horário determinado.

O professor poderá propor atividades na plataforma, onde o beneficiário terá que apresentar informações em um arquivo de texto, vídeo, imagem ou PDF e enviar via plataforma para análise do professor.

Teremos, também, como forma de avaliação os questionários eletrônicos, sendo uma atividade assíncrona sobre os conteúdos estudados e o beneficiário terá que responder estas questões via ambiente virtual. Os professores terão a opção de disponibilizar comentários para cada questão.

2. Instrumento de avaliação dos participantes do curso/oficina: (descreva a forma como os participantes avaliarão o curso/oficina, opinando sobre os instrutores, material didático, organização da ação formativa, instalações, dentre outros).

Será aplicado uma pesquisa de satisfação para os alunos e demais participantes para avaliação do curso/ infraestrutura e professores.

CERTIFICAÇÃO: (indique quais os critérios para recebimento dos certificados).

O curso terá certificado com verificação de autenticidade para aqueles que participarem de no mínimo 70% das aulas.

REFERÊNCIAS: (Indique a bibliografia – livros, artigos, periódicos, folhetos, monografias, dissertações, teses - ou outros itens, a exemplo de sites, blogs, vídeos, vivências, saberes, etc., que serão utilizados como referência na ação formativa).

CASTIGLIONI, José A. de M. Assistente Administrativo. 7ª ed. S.Paulo: Erica, 2015.

MASIERO, Gilmar. Administração de empresas: teoria e funções com exercícios e casos. 3ªed. São Paulo: Saraiva, 2012.

SINCLAYR, Luiz. Organização e Técnica Comercial. 21ª ed. Saraiva.

SOBRAL Felipe, PECCI Alketa. Administração: Teoria e prática no contexto Brasileiro, S.Paulo: Pearson 2013.

Obs.: Como modelo básico, todos os campos deste formulário deverão ser preenchidos, no entanto, o proponente poderá acrescentar outras informações que julgar necessárias.

ANEXO XXIV
PLANO DE CURSO/OFICINA

PLANO DE CURSO/OFICINA
NOME DO PROJETO: INOVA DF
NOME DO CURSO/OFICINA: Gestão de relacionamento com o cliente
EMENTA: (faça um resumo do conteúdo do curso/oficina) Conceitos Básicos de Marketing de Relacionamento. Gerenciamento do Relacionamento com os clientes (CRM). Etapas da aplicação de CRM. O Papel da Tecnologia da Informação.
OBJETIVOS: (indique os objetivos gerais e específicos de seu curso/oficina) Fundamentar conceitos, funções e ferramentas da Gestão de Estoques, de modo a: - Contextualizar a Gestão de Estoques como geradora de valor e elemento integrante da estratégia competitiva da organização; - Trabalhar as funções de Compras e Logística como fundamentais para o processo de tomada de decisão empresarial; - Estabelecer as ligações funcionais entre Gestão de Estoques e Logística
PÚBLICO-ALVO ESCOLHIDO: (indique as características do público a ser trabalhado. Ex.: nível de formação, sexo, faixa de renda, local de moradia, membro de uma comunidade ou grupo, etc.) Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis
FAIXA ETÁRIA: A partir dos 14 anos
PRÉ-REQUISITOS PARA INSCRIÇÃO: Realizar inscrição. Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis.
Nº DE TURMAS: 1 turma
Nº DE PARTICIPANTES POR TURMA: Ilimitado
METODOLOGIA: (indique os métodos e técnicas utilizados em seu curso/oficina para atingir seus objetivos) A metodologia a ser utilizada nos cursos a distância será a ativa, com a exposição dos vídeos de aula e por meio de discussões diárias a serem realizadas nos fóruns para esclarecimento de dúvidas e para debates sobre temas relevantes ao curso. O aproveitamento dos alunos será avaliado através de atividades à distância, além da prova final
RECURSOS DIDÁTICOS: (indique os equipamentos ou materiais que serão utilizados no curso/oficina)

Videos

PERIODICIDADE: (indique a duração do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

12 videoaulas de 30 minutos.

CARGA HORÁRIA: (registre a forma como será a distribuição da carga horária do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

6 horas

CONTEÚDO: (indique os assuntos que serão trabalhados no curso/oficina).

GESTÃO DE RELACIONAMENTO COM O CLIENTE		
Módulo	Conteúdo	Carga Horária
Módulo 1	Conceitos básicos de relacionamento com o cliente	2
Módulo 2	Jogos de empresas e marketig de relacionamento	2
Módulo 3	Experiência personalizada	2
		6

AVALIAÇÃO:

1. Instrumento de avaliação do curso/oficina: (descreva a forma de avaliação do curso/oficina, indicando como os professores/oficineiros avaliarão os participantes).

O curso será desenvolvido em uma plataforma digital 100 % online onde, cada beneficiário receberá um login e uma senha que será inserida em uma plataforma em um ambiente virtual.

Após realizado o login na plataforma, o beneficiário poderá acessar o conteúdo do curso e poderá trocar informações e dúvidas em tempo real ou em horário determinado.

O professor poderá propor atividades na plataforma, onde o beneficiário terá que apresentar informações em um arquivo de texto, vídeo, imagem ou PDF e enviar via plataforma para análise do professor.

Teremos, também, como forma de avaliação os questionários eletrônicos, sendo uma atividade assíncrona sobre os conteúdos estudados e o beneficiário terá que responder estas questões via ambiente virtual. Os professores terão a opção de disponibilizar comentários para cada questão.

2. Instrumento de avaliação dos participantes do curso/oficina: (descreva a forma como os participantes avaliarão o curso/oficina, opinando sobre os instrutores, material didático, organização da ação formativa, instalações, dentre outros).

Será aplicado uma pesquisa de satisfação para os alunos e demais participantes para avaliação do curso/ infraestrutura e professores.

CERTIFICAÇÃO: (indique quais os critérios para recebimento dos certificados).

O curso terá certificado com verificação de autenticidade para aqueles que participarem de no mínimo 70% das aulas.


REFERÊNCIAS: (Indique a bibliografia – livros, artigos, periódicos, folhetos, monografias, dissertações, teses - ou outros itens, a exemplo de sites, blogs, vídeos, vivências, saberes, etc., que serão utilizados como referência na ação formativa).

SWIFT, Ronald. CRM - Customer Relationship Management: o revolucionário Marketing de Relacionamento com o Cliente. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

STONE, Merlin et alli. CRM - Marketing de Relacionamento com os Clientes. São Paulo: Futura, 2001.

GORDON, I. Marketing de Relacionamento – Estratégias, Técnicas e Tecnologias para Conquistar Clientes e Mantê-los para Sempre, Ed. Futura, São Paulo, 1998.

Obs.: Como modelo básico, todos os campos deste formulário deverão ser preenchidos, no entanto, o proponente poderá acrescentar outras informações que julgar necessárias.

Documento assinado digitalmente
 GUSTAVO AUGUSTO MOURA DE SA
Data: 18/12/2023 15:43:54-0300
Verifique em <https://validar.it.gov.br>

Gustavo Augusto Moura de Sá
Presidente AECEC

ANEXO XXIV
PLANO DE CURSO/OFICINA

PLANO DE CURSO/OFICINA
NOME DO PROJETO: INOVA DF
NOME DO CURSO/OFICINA: Contabilidade e custos
EMENTA: (faça um resumo do conteúdo do curso/oficina) Entender a importância da contabilidade para as empresas privadas. Compreender a gestão dos processos contábeis. Ter noção dos princípios contábeis. Saber diferenciar despesa, receita, ativo, passivo, patrimônio líquido, custo direto e indireto. = Compreender alguns dos lançamentos contábeis mais comuns e como eles interferem no Balanço Patrimonial. Ter capacidade de analisar o balanço Patrimonial da empresa em seu processo prático na tomada de decisão. Entender o funcionamento de um Demonstrativo de Resultado de Exercício. Utilizando sistemas informatizados.
OBJETIVOS: (indique os objetivos gerais e específicos de seu curso/oficina) Conhecer e utilizar adequadamente a terminologia de custos; identificar os componentes de custo e compreender as questões quanto à contabilização dos custos; compreender os métodos de custeio; elaborar relatórios que contribuam para o desempenho eficiente e eficaz de seus usuários, quaisquer que sejam os modelos organizacionais.
PÚBLICO-ALVO ESCOLHIDO: (indique as características do público a ser trabalhado. Ex.: nível de formação, sexo, faixa de renda, local de moradia, membro de uma comunidade ou grupo, etc.) Empresários e pessoas físicas que estejam localizadas nas regiões administrativas e regiões próximas de: Planaltina, Sobradinho, Paranoá, Taguatinga, Samambaia, Ceilândia, Gama, Santa Maria e Recanto das Emas, Guara, Núcleo Bandeirante e Riacho Fundo
FAIXA ETÁRIA: A partir dos 14 anos
PRÉ-REQUISITOS PARA INSCRIÇÃO: Realizar inscrição. Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis.
Nº DE TURMAS: 12, uma para cada Região administrativa
Nº DE PARTICIPANTES POR TURMA: 25 alunos
METODOLOGIA: (indique os métodos e técnicas utilizados em seu curso/oficina para atingir seus objetivos) A metodologia da capacitação será por meio de aulas expositivas com o uso de recursos audiovisuais, priorizando a metodologia ativa centrada no debate. As metodologias ativas que serão aplicadas são: inversão de sala de aula, priorizando a ação comunicativa por parte dos educandos e atividades reflexivas que relacionem a diversidade do cotidiano vivenciada e os conteúdos teóricos e práticos
RECURSOS DIDÁTICOS: (indique os equipamentos ou materiais que serão utilizados no curso/oficina)

Apostila, kit material escolar (1 caderno com espiral 1/4 de capa flexível com 48 Folhas, 01 lápis preto 2B, 01 caneta esferográfica 1.0mm cristal de cor azul e 01 borracha branca escolar Record 40), vídeo projetor, sonorização de auditório,

PERIODICIDADE: (indique a duração do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

5 aulas de 4 horas

CARGA HORÁRIA: (registre a forma como será a distribuição da carga horária do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

20 horas

CONTEÚDO: (indique os assuntos que serão trabalhados no curso/oficina).

Contabilidade e custos		
Módulo	Conteúdo	Carga Horária
Módulo 1	Introdução a contabilidade e custos	4
Módulo 2	Terminologia contábil	4
Módulo 3	Contabilidade de custos	4
Módulo 4	Critérios de rateio dos custos indiretos	4
Módulo 5	Custos baseados em atividades	4
		20

AValiação:

1. Instrumento de avaliação do curso/oficina: (descreva a forma de avaliação do curso/oficina, indicando como os professores/oficineiros avaliarão os participantes).

O curso será realizado em uma sala de aula com professor especializado na área. Ao final do curso terá uma avaliação para auferir os conhecimentos dos alunos.

2. Instrumento de avaliação dos participantes do curso/oficina: (descreva a forma como os participantes avaliarão o curso/oficina, opinando sobre os instrutores, material didático, organização da ação formativa, instalações, dentre outros).

Será aplicado uma pesquisa de satisfação para os alunos e demais participantes para avaliação do curso/infraestrutura e professores.

CERTIFICAÇÃO: (indique quais os critérios para recebimento dos certificados).

O curso terá certificado com verificação de autenticidade para aqueles que participarem de no mínimo 70% das aulas.

REFERÊNCIAS: (Indique a bibliografia – livros, artigos, periódicos, folhetos, monografias, dissertações, teses - ou outros itens, a exemplo de sites, blogs, vídeos, vivências, saberes, etc., que serão utilizados como referência na ação formativa).

Equipe de Professores da FEA/USP. Contabilidade introdutória. 11 ed. São Paulo: Atlas, 2006.

LUDÍCIBUS, Sérgio de; MARION, José Carlos. Curso de contabilidade para não contadores. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MARION, José Carlos; YAMADA, Walter Nobuyuki. Contabilidade geral: para concurso público. São Paulo: Atlas, 2006.

SZUSTER, Natan et al. Contabilidade geral: introdução à contabilidade societária. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

Obs.: Como modelo básico, todos os campos deste formulário deverão ser preenchidos, no entanto, o proponente poderá acrescentar outras informações que julgar necessárias.

ANEXO XXIV
PLANO DE CURSO/OFICINA

PLANO DE CURSO/OFICINA
NOME DO PROJETO: INOVA DF
NOME DO CURSO/OFICINA: Gestão de Recursos humanos
EMENTA: (faça um resumo do conteúdo do curso/oficina) Compreender a característica estratégica dos processos operacionais do sistema de Gestão de Pessoas como um modelo de gestão. Identificar o funcionamento dos processos administrativos que operacionalizam as estratégias, políticas e decisões da Gestão de Pessoas nas organizações
OBJETIVOS: (indique os objetivos gerais e específicos de seu curso/oficina) Aprender ferramentas e estratégias que permitem gerenciar com eficácia os processos de recrutamento e seleção, desenvolvendo e retendo profissionais talentosos em sua equipe de trabalho.
PÚBLICO-ALVO ESCOLHIDO: (indique as características do público a ser trabalhado. Ex.: nível de formação, sexo, faixa de renda, local de moradia, membro de uma comunidade ou grupo, etc.) Empresários e pessoas físicas que estejam localizadas nas regiões administrativas e regiões próximas de: Planaltina, Sobradinho, Paranoá, Taguatinga, Samambaia, Ceilândia, Gama, Santa Maria e Recanto das Emas, Guara, Núcleo Bandeirante e Riacho Fundo
FAIXA ETÁRIA: A partir dos 14 anos
PRÉ-REQUISITOS PARA INSCRIÇÃO: Realizar inscrição. Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis.
Nº DE TURMAS: 12, uma para cada Região administrativa
Nº DE PARTICIPANTES POR TURMA: 25 alunos
METODOLOGIA: (indique os métodos e técnicas utilizados em seu curso/oficina para atingir seus objetivos) A metodologia da capacitação será por meio de aulas expositivas com o uso de recursos audiovisuais, priorizando a metodologia ativa centrada no debate. As metodologias ativas que serão aplicadas são: inversão de sala de aula, priorizando a ação comunicativa por parte dos educandos e atividades reflexivas que relacionem a diversidade do cotidiano vivenciada e os conteúdos teóricos e práticos
RECURSOS DIDÁTICOS: (indique os equipamentos ou materiais que serão utilizados no curso/oficina)

Apostila, kit material escolar (1 caderno com espiral 1/4 de capa flexível com 48 Folhas, 01 lápis preto 2B, 01 caneta esferográfica 1.0mm cristal de cor azul e 01 borracha branca escolar Record 40), vídeo projetor, sonorização de auditório,

PERIODICIDADE: (indique a duração do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

5 aulas de 4 horas

CARGA HORÁRIA: (registre a forma como será a distribuição da carga horária do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

20 horas

CONTEÚDO: (indique os assuntos que serão trabalhados no curso/oficina).

Gestão de Recursos Humanos		
Módulo	Conteúdo	Carga Horária
Módulo 1	Fundamentos de Recursos Humanos	4
Módulo 2	Formação de Líderes	4
Módulo 3	Comunicação Empresarial	4
Módulo 4	Tecnologia Aplicada à Gestão de Pessoas	4
Módulo 5	Avaliação de Desempenho	4
		20

AVALIAÇÃO:

1. Instrumento de avaliação do curso/oficina: (descreva a forma de avaliação do curso/oficina, indicando como os professores/oficineiros avaliarão os participantes).

O curso será realizado em uma sala de aula com professor especializado na área. Ao final do curso terá uma avaliação para auferir os conhecimentos dos alunos.

2. Instrumento de avaliação dos participantes do curso/oficina: (descreva a forma como os participantes avaliarão o curso/oficina, opinando sobre os instrutores, material didático, organização da ação formativa, instalações, dentre outros).

Será aplicado uma pesquisa de satisfação para os alunos e demais participantes para avaliação do curso/ infraestrutura e professores.

CERTIFICAÇÃO: (indique quais os critérios para recebimento dos certificados).

O curso terá certificado com verificação de autenticidade para aqueles que participarem de no mínimo 70% das aulas.

REFERÊNCIAS: (Indique a bibliografia – livros, artigos, periódicos, folhetos, monografias, dissertações, teses - ou outros itens, a exemplo de sites, blogs, vídeos, vivências, saberes, etc., que serão utilizados como referência na ação formativa).

ARAÚJO, Luis César G. de. Gestão de pessoas: estratégias e integração organizacional. São Paulo: Atlas,

2008.

BOHLANDER, George; SNELL, Scott; SHERMAN, Arthur. Administração de recursos humanos. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de pessoas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DUTRA, Joel de Souza. Gestão de pessoas: modelo, processos, tendências e perspectivas. 1. ed. 7. reimpr. São Paulo: Atlas, 2009.

LIMONGI-FRANÇA, Ana Cristina. (Org). As pessoas na organização. 5. ed. São Paulo: Gente, 2002.

VERGARA Sylvia Constant. Gestão de pessoas. São Paulo: Atlas, 2009.

Obs.: Como modelo básico, todos os campos deste formulário deverão ser preenchidos, no entanto, o proponente poderá acrescentar outras informações que julgar necessárias.

ANEXO XXIV
PLANO DE CURSO/OFICINA

PLANO DE CURSO/OFICINA
NOME DO PROJETO: INOVA DF
NOME DO CURSO/OFICINA: Gestão Financeira
EMENTA: (faça um resumo do conteúdo do curso/oficina) Significado e Objetivo da Administração Financeira. Análise dos demonstrativos financeiros. Custo de capital, estrutura de capital e política de dividendos. Avaliação de Empresas. Administração do capital de giro. Administração de disponibilidades. Administração de contas a receber.
OBJETIVOS: (indique os objetivos gerais e específicos de seu curso/oficina) Objetivo geral: O curso Gestão financeira possibilita que a empresa consiga fazer a análise e o controle de suas atividades financeiras. Assim, será possível tomar decisões cada vez mais acertadas e, conseqüentemente, maximizar os resultados financeiros. Objetivos específicos: - Raciocínio lógico e abstrato; - Atuar nos diferentes segmentos organizacionais (formação generalista); - Reconhecer Sistemas; - Assumir e delegar responsabilidades; - Selecionar e classificar informações; - Gerenciar conhecimentos; - Postura ética na tomada de decisões; - Diagnosticar e atuar preventivamente em relação a problemas potenciais; - Analisar de forma crítica e analítica resultados, informações e situações considerando o contexto em que estes acontecem e suas relações de causa e efeito diante do ambiente organizacional;
PÚBLICO-ALVO ESCOLHIDO: (indique as características do público a ser trabalhado. Ex.: nível de formação, sexo, faixa de renda, local de moradia, membro de uma comunidade ou grupo, etc.) Empresários e pessoas físicas que estejam localizadas nas regiões administrativas e regiões próximas de: Planaltina, Sobradinho, Paranoá, Taguatinga, Samambaia, Ceilândia, Gama, Santa Maria e Recanto das Emas, Guara, Núcleo Bandeirante e Riacho Fundo
FAIXA ETÁRIA: A partir dos 14 anos
PRÉ-REQUISITOS PARA INSCRIÇÃO: Realizar inscrição. Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis.
Nº DE TURMAS: 12, uma para cada Região administrativa
Nº DE PARTICIPANTES POR TURMA: 25 alunos

METODOLOGIA: (indique os métodos e técnicas utilizados em seu curso/oficina para atingir seus objetivos)

A metodologia da capacitação será por meio de aulas expositivas com o uso de recursos audiovisuais, priorizando a metodologia ativa centrada no debate. As metodologias ativas que serão aplicadas são: inversão de sala de aula, priorizando a ação comunicativa por parte dos educandos e atividades reflexivas que relacionem a diversidade do cotidiano vivenciada e os conteúdos teóricos e práticos

RECURSOS DIDÁTICOS: (indique os equipamentos ou materiais que serão utilizados no curso/oficina)

Apostila, kit material escolar (1 caderno com espiral 1/4 de capa flexível com 48 Folhas, 01 lápis preto 2B, 01 caneta esferográfica 1.0mm cristal de cor azul e 01 borracha branca escolar Record 40), vídeo projetor, sonorização de auditório,

PERIODICIDADE: (indique a duração do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

5 aulas de 4 horas

CARGA HORÁRIA: (registre a forma como será a distribuição da carga horária do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

20 horas

CONTEÚDO: (indique os assuntos que serão trabalhados no curso/oficina).

Gestão Financeira		
Módulo	Conteúdo	Carga Horária
Módulo 1	Elaborar informações a partir de dados numéricos, com base na matemática financeira, para tomada de decisões	4
Módulo 2	Coletar e organizar informações para elaboração do orçamento empresarial	4
Módulo 3	Identificar oportunidades e ameaças do mercado potencial	4
Módulo 4	Negociar antecipação de pagamentos e descontos de valores a receber	4
Módulo 5	Determinar os custos das fontes de financiamento a curto e longo prazo	4
		20

AVALIAÇÃO:

1. Instrumento de avaliação do curso/oficina: (descreva a forma de avaliação do curso/oficina, indicando como os professores/oficineiros avaliarão os participantes).

O curso será realizado em uma sala de aula com professor especializado na área. Ao final do curso terá uma avaliação para auferir os conhecimentos dos alunos.

2. Instrumento de avaliação dos participantes do curso/oficina: (descreva a forma como os participantes avaliarão o curso/oficina, opinando sobre os instrutores, material didático, organização da ação formativa, instalações, dentre outros).

Será aplicado uma pesquisa de satisfação para os alunos e demais participantes para avaliação do curso/infraestrutura e professores.

CERTIFICAÇÃO: (indique quais os critérios para recebimento dos certificados).

O curso terá certificado com verificação de autenticidade para aqueles que participarem de no mínimo 70% das aulas.

REFERÊNCIAS: (Indique a bibliografia – livros, artigos, periódicos, folhetos, monografias, dissertações, teses - ou outros itens, a exemplo de sites, blogs, vídeos, vivências, saberes, etc., que serão utilizados como referência na ação formativa).

ASSAF NETO, A. Administração do Capital de Giro. 3ª.Ed. São Paulo: Atlas, 2002.

BRIGHAM, E.F.; HOUSTON, J.F. Fundamentos da Moderna Administração Financeira. Rio de Janeiro: Campus-Elsevier, 1999.

ASSAF NETO, A. Finanças Corporativas. 3ª.Ed. São Paulo: Atlas, 2011.

ASSAF NETO, A.; LIMA, F. G. Curso de Administração Financeira. 1ª.Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

FERREIRA, J. A. S. Finanças Corporativas: Conceitos e Aplicações. 1ª edição. São Paulo: Pearson, 2005.

GITMAN, L. J. - Princípios de Administração Financeira, 10ª edição, Ed. Harbra, 2007.

GROPPELLI, A. A. Administração financeira. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

LEMES Jr., A. B.; RIGO, C.M., CHEROBIM, A.P. M.S. Administração Financeira: princípios, fundamentos e práticas brasileiras. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

ROSS, S. A; WESTERFIELD, R. W.; JORDAN, B. D. Princípios de Administração Financeira. 2ª. Ed. São Paulo: Atlas, 2002.

Obs.: Como modelo básico, todos os campos deste formulário deverão ser preenchidos, no entanto, o proponente poderá acrescentar outras informações que julgar necessárias.

ANEXO XXIV
PLANO DE CURSO/OFICINA

PLANO DE CURSO/OFICINA
NOME DO PROJETO: INOVA DF
NOME DO CURSO/OFICINA: Introdução ao empreendedorismo
EMENTA: (faça um resumo do conteúdo do curso/oficina)
Empreendedorismo: conceitos e definições. O Perfil e as características do empreendedor. As habilidades e competências necessárias aos empreendedores. A importância do Empreendedorismo para uma sociedade. A identificação das oportunidades de negócios. Conceitos e definições sobre crises e oportunidades. Técnicas de identificação de oportunidades. Os recursos da Tecnologia da Informação na criação de novos negócios. Ferramentas e Planilhas na elaboração do Plano de Negócios. Empreendedorismo na era do Comércio Eletrônico. Elaboração do Plano de Negócio. Conceitos e definições. A estrutura do Plano de Negócio. Plano de Marketing. O Plano Financeiro. O Plano de Produção.
OBJETIVOS: (indique os objetivos gerais e específicos de seu curso/oficina)
Objetivo Geral: Compreender os conceitos relativos ao empreendedorismo; Identificar oportunidades de negócios; Desenvolver o potencial visionário;
Objetivos Específicos: - Conceituar empreendedorismo; - Caracterizar os tipos de empreendedor e de negócios; - Desenvolver sua criatividade; - Criar uma ideia para um negócio próprio; - Realizar análises financeiras e de mercado. - Elaborar um plano de negócios.
PÚBLICO-ALVO ESCOLHIDO: (indique as características do público a ser trabalhado. Ex.: nível de formação, sexo, faixa de renda, local de moradia, membro de uma comunidade ou grupo, etc.)
Empresários e pessoas físicas que estejam localizadas nas regiões administrativas e regiões próximas de: Planaltina, Sobradinho, Paranoá, Taguatinga, Samambaia, Ceilândia, Gama, Santa Maria e Recanto das Emas, Guara, Núcleo Bandeirante e Riacho Fundo
FAIXA ETÁRIA:
A partir dos 14 anos
PRÉ-REQUISITOS PARA INSCRIÇÃO:
Realizar inscrição. Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis.
Nº DE TURMAS: 12, uma para cada Região administrativa
Nº DE PARTICIPANTES POR TURMA: 25 alunos
METODOLOGIA: (indique os métodos e técnicas utilizados em seu curso/oficina para atingir seus objetivos)

A metodologia da capacitação será por meio de aulas expositivas com o uso de recursos audiovisuais, priorizando a metodologia ativa centrada no debate. As metodologias ativas que serão aplicadas são: inversão de sala de aula, priorizando a ação comunicativa por parte dos educandos e atividades reflexivas que relacionem a diversidade do cotidiano vivenciada e os conteúdos teóricos e práticos

RECURSOS DIDÁTICOS: (indique os equipamentos ou materiais que serão utilizados no curso/oficina)

Apostila, kit material escolar (1 caderno com espiral 1/4 de capa flexível com 48 Folhas, 01 lápis preto 2B, 01 caneta esferográfica 1.0mm cristal de cor azul e 01 borracha branca escolar Record 40), vídeo projetor , sonorização de auditório,

PERIODICIDADE: (indique a duração do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

5 aulas de 4 horas

CARGA HORÁRIA: (registre a forma como será a distribuição da carga horária do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

20 horas

CONTEÚDO: (indique os assuntos que serão trabalhados no curso/oficina).

INTRODUÇÃO AO EMPREENDEDORISMO		
Módulo	Conteúdo	Carga Horária
Módulo 1	Histórico e evolução do empreendedorismo	4
Módulo 2	Plano de negócio	4
Módulo 3	Conceito de inovação, estruturação e planejamento de um processo inovador	4
Módulo 4	Competitividade e proteção a propriedade intelectual	4
Módulo 5	Viabilidade financeira	4
		20

AVALIAÇÃO:

1. Instrumento de avaliação do curso/oficina: (descreva a forma de avaliação do curso/oficina, indicando como os professores/oficineiros avaliarão os participantes).

O curso será realizado em uma sala de aula com professor especializado na área. Ao final do curso terá uma avaliação para auferir os conhecimentos dos alunos.

2. Instrumento de avaliação dos participantes do curso/oficina: (descreva a forma como os participantes avaliarão o curso/oficina, opinando sobre os instrutores, material didático, organização da ação formativa, instalações, dentre outros).

Será aplicado uma pesquisa de satisfação para os alunos e demais participantes para avaliação do curso/ infraestrutura e professores.

CERTIFICAÇÃO: (indique quais os critérios para recebimento dos certificados).

O curso terá certificado com verificação de autenticidade para aqueles que participarem de no mínimo 70% das aulas.

REFERÊNCIAS: (Indique a bibliografia – livros, artigos, periódicos, folhetos, monografias, dissertações, teses - ou outros itens, a exemplo de sites, blogs, vídeos, vivências, saberes, etc., que serão utilizados como referência na ação formativa).

CHIAVENATO, I. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. 4ª ed. Barueri: Manole, 2012.

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo corporativo. 2ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 5ª ed. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2014. Bibliografia Complementar

DOLABELA, F. A Oficina do Empreendedor. São Paulo: Cultura Editores, 2001. BERNARDI, L. A. Manual de Empreendedorismo e Gestão – Fundamentos, Estratégias e Dinâmicas. São Paulo: Atlas. 2003.

MALHEIROS, R. C. C.; FERDA, L. A.; CUNHA, C. J. C. Viagem ao mundo do Empreendedorismo. 2ª ed. Florianópolis: IEA, 2005

Obs.: Como modelo básico, todos os campos deste formulário deverão ser preenchidos, no entanto, o proponente poderá acrescentar outras informações que julgar necessárias.

ANEXO XXIV
PLANO DE CURSO/OFICINA

PLANO DE CURSO/OFICINA
NOME DO PROJETO: INOVA DF
NOME DO CURSO/OFICINA: Logística e gestão de cadeia de suprimento
EMENTA: (faça um resumo do conteúdo do curso/oficina) Reconhecer a logística por sua função essencial na empresa, considerando que nenhuma empresa de produção ou serviços pode operar sem executar atividades logísticas em algum grau. Reconhecer os principais conceitos sobre logística, aplicados à gestão das atividades de estoques, processamento de pedidos e transportes, e as atividades de apoio em empresas de produção ou serviços.
OBJETIVOS: (indique os objetivos gerais e específicos de seu curso/oficina) Capacitar profissionais para promoverem a eficácia no gerenciamento das operações logísticas e da cadeia de valor, a partir das melhores práticas e avanços tecnológicos. Proporcionar ao aluno o conhecimento necessário para capacitá-lo nos principais temas de atuação nessa área. Desenvolver as competências gerenciais e operacionais efetivas dentro do atual contexto do país. Desenvolver atividades utilizando ferramentas gerenciais logísticas
PÚBLICO-ALVO ESCOLHIDO: (indique as características do público a ser trabalhado. Ex.: nível de formação, sexo, faixa de renda, local de moradia, membro de uma comunidade ou grupo, etc.) Empresários e pessoas físicas que estejam localizadas nas regiões administrativas e regiões próximas de: Planaltina, Sobradinho, Paranoá, Taguatinga, Samambaia, Ceilândia, Gama, Santa Maria e Recanto das Emas, Guara, Núcleo Bandeirante e Riacho Fundo
FAIXA ETÁRIA: A partir dos 14 anos
PRÉ-REQUISITOS PARA INSCRIÇÃO: Realizar inscrição. Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis.
Nº DE TURMAS: 12, uma para cada Região administrativa
Nº DE PARTICIPANTES POR TURMA: 25 alunos
METODOLOGIA: (indique os métodos e técnicas utilizados em seu curso/oficina para atingir seus objetivos) A metodologia da capacitação será por meio de aulas expositivas com o uso de recursos audiovisuais, priorizando a metodologia ativa centrada no debate. As metodologias ativas que serão aplicadas são: inversão de sala de aula, priorizando a ação comunicativa por parte dos educandos e atividades reflexivas que relacionem a diversidade do cotidiano vivenciada e os conteúdos teóricos e práticos
RECURSOS DIDÁTICOS: (indique os equipamentos ou materiais que serão utilizados no curso/oficina)

Apostila, kit material escolar (1 caderno com espiral 1/4 de capa flexível com 48 Folhas, 01 lápis preto 2B, 01 caneta esferográfica 1.0mm cristal de cor azul e 01 borracha branca escolar Record 40), vídeo projetor, sonorização de auditório,

PERIODICIDADE: (indique a duração do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

5 aulas de 4 horas

CARGA HORÁRIA: (registre a forma como será a distribuição da carga horária do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

20 horas

CONTEÚDO: (indique os assuntos que serão trabalhados no curso/oficina).

Logística e gestão de cadeia de suprimentos		
Módulo	Conteúdo	Carga Horária
Módulo 1	A logística de transporte, formas e modais	4
Módulo 2	Gerenciamento de transporte	4
Módulo 3	Armazenamento de produtos	4
Módulo 4	Controle de estoque por sistemas	4
Módulo 5	A importância dos Incoterms na logística de transporte	4
		20

AVALIAÇÃO:

1. Instrumento de avaliação do curso/oficina: (descreva a forma de avaliação do curso/oficina, indicando como os professores/oficineiros avaliarão os participantes).

O curso será realizado em uma sala de aula com professor especializado na área. Ao final do curso terá uma avaliação para auferir os conhecimentos dos alunos.

2. Instrumento de avaliação dos participantes do curso/oficina: (descreva a forma como os participantes avaliarão o curso/oficina, opinando sobre os instrutores, material didático, organização da ação formativa, instalações, dentre outros).

Será aplicado uma pesquisa de satisfação para os alunos e demais participantes para avaliação do curso/infraestrutura e professores.

CERTIFICAÇÃO: (indique quais os critérios para recebimento dos certificados).

O curso terá certificado com verificação de autenticidade para aqueles que participarem de no mínimo 70% das aulas.

REFERÊNCIAS: (Indique a bibliografia – livros, artigos, periódicos, folhetos, monografias, dissertações, teses - ou outros itens, a exemplo de sites, blogs, vídeos, vivências, saberes, etc., que serão utilizados como referência na ação formativa).

BALLOU, Ronald H. Transportes, administração de materiais e distribuição física. 1. ed. 21. Reimpressão. São Paulo: Atlas, 2009.

BALLOU, Ronald. H. Gerenciamento da cadeia de suprimentos: logística empresarial. Porto Alegre: Bookman, 2006.

BOWERSOX, Donald J; CLOSS, David J. Logística empresarial: o processo de integração da cadeia de suprimento. 1. ed. - 8. Reimpressão. São Paulo: Atlas, 2010.

BOWERSOX, Donald J. Gestão da cadeia de suprimentos e logística. Rio de Janeiro: CAMPUS, 2007.

CORONADO, Osmar. Logística integrada: modelo de gestão. São Paulo: Atlas, 2008.

DORNIER, Philippe-Pierre. Logística e operações globais. São Paulo: Atlas, 2000. EDELVINO, Razzolini F. Logística: evolução na administração, desempenho e flexibilidade. SP: Juruá, 2006.

PIRES, R. I. Gestão da cadeia de suprimentos (supply chain management): conceitos, estratégias, práticas e casos. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

Obs.: Como modelo básico, todos os campos deste formulário deverão ser preenchidos, no entanto, o proponente poderá acrescentar outras informações que julgar necessárias.

ANEXO XXIV
PLANO DE CURSO/OFICINA

PLANO DE CURSO/OFICINA
NOME DO PROJETO: INOVA DF
NOME DO CURSO/OFICINA: Marketing digital
EMENTA: (faça um resumo do conteúdo do curso/oficina) Definir marketing. Identificar e analisar o composto mercadológico de um bem ou serviço. Identificar processos de gestão do ciclo de vida do produto e relacionar com as estratégias de marketing. Organizar processos para satisfazer desejos e necessidades dos clientes. Comparar e analisar os diversos tipos de mercado. Auxiliar na Elaboração de plano de marketing. Identificar o público-alvo. Apoiar a Elaboração der projetos de pesquisa de marketing, com boa comunicação e facilidade na expressão de ideias.
OBJETIVOS: (indique os objetivos gerais e específicos de seu curso/oficina) Aprenda a usar o marketing digital a seu favor ganhando relevância nas redes sociais, exibindo sua empresa nas primeiras posições do Google, criando anúncios e muito mais!
PÚBLICO-ALVO ESCOLHIDO: (indique as características do público a ser trabalhado. Ex.: nível de formação, sexo, faixa de renda, local de moradia, membro de uma comunidade ou grupo, etc.) Empresários e pessoas físicas que estejam localizadas nas regiões administrativas e regiões próximas de: Planaltina, Sobradinho, Paranoá, Taguatinga, Samambaia, Ceilândia, Gama, Santa Maria e Recanto das Emas, Guara, Núcleo Bandeirante e Riacho Fundo
FAIXA ETÁRIA: A partir dos 14 anos
PRÉ-REQUISITOS PARA INSCRIÇÃO: Realizar inscrição. Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis.
Nº DE TURMAS: 12, uma para cada Região administrativa
Nº DE PARTICIPANTES POR TURMA: 25 alunos
METODOLOGIA: (indique os métodos e técnicas utilizados em seu curso/oficina para atingir seus objetivos) A metodologia da capacitação será por meio de aulas expositivas com o uso de recursos audiovisuais, priorizando a metodologia ativa centrada no debate. As metodologias ativas que serão aplicadas são: inversão de sala de aula, priorizando a ação comunicativa por parte dos educandos e atividades reflexivas que relacionem a diversidade do cotidiano vivenciada e os conteúdos teóricos e práticos
RECURSOS DIDÁTICOS: (indique os equipamentos ou materiais que serão utilizados no curso/oficina)

Apostila, kit material escolar (1 caderno com espiral 1/4 de capa flexível com 48 Folhas, 01 lápis preto 2B, 01 caneta esferográfica 1.0mm cristal de cor azul e 01 borracha branca escolar Record 40), vídeo projetor, sonorização de auditório,

PERIODICIDADE: (indique a duração do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

5 aulas de 4 horas

CARGA HORÁRIA: (registre a forma como será a distribuição da carga horária do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

20 horas

CONTEÚDO: (indique os assuntos que serão trabalhados no curso/oficina).

Marketing Digital		
Módulo	Conteúdo	Carga Horária
Módulo 1	Introdução ao Marketing Digital	4
Módulo 2	Estratégia do Marketing Digital na sua Empresa	4
Módulo 3	Inbound Marketing e Venda marketing	4
Módulo 4	Métricas de Marketing Digital	4
Módulo 5	Montando um Departamento de Marketing Digital	4
		20

AVALIAÇÃO:

1. Instrumento de avaliação do curso/oficina: (descreva a forma de avaliação do curso/oficina, indicando como os professores/oficineiros avaliarão os participantes).

O curso será realizado em uma sala de aula com professor especializado na área. Ao final do curso terá uma avaliação para auferir os conhecimentos dos alunos.

2. Instrumento de avaliação dos participantes do curso/oficina: (descreva a forma como os participantes avaliarão o curso/oficina, opinando sobre os instrutores, material didático, organização da ação formativa, instalações, dentre outros).

Será aplicado uma pesquisa de satisfação para os alunos e demais participantes para avaliação do curso/ infraestrutura e professores.

CERTIFICAÇÃO: (indique quais os critérios para recebimento dos certificados).

O curso terá certificado com verificação de autenticidade para aqueles que participarem de no mínimo 70% das aulas.

REFERÊNCIAS: (Indique a bibliografia – livros, artigos, periódicos, folhetos, monografias, dissertações, teses - ou outros itens, a exemplo de sites, blogs, vídeos, vivências, saberes, etc., que serão utilizados como referência na ação formativa).

BASTA, Darci (Org.). Fundamentos de marketing. Rio de Janeiro, FGV, 2004. IRIGARAY, Hélio Arthur. Gestão de desenvolvimento de produtos e marcas. Rio de Janeiro: FGV, 2004.

BAKER, Michael J. (Org.). Administração de marketing. 5 ed. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

LAS CASAS, Alexandre Luzi. Marketing: conceitos, exercícios, casos. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

KOTLER, Philip. Administração de marketing. 10 ed. São Paulo: Pearson, 2000.

KOTLER Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de marketing. 9. ed. São Paulo: Pearson, 2005.

MALHOTRA, Naresh K. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. 3. ed. Porto Alegre, Bookman, 2001.

MADRUGA, Roberto Pessoa et al. Administração de marketing no mundo contemporâneo. Rio de Janeiro, FGV, 2004.

PINHEIRO, Roberto M. et al. Comportamento do consumidor e pesquisa de mercado. Rio de Janeiro: FGV, 2004.

Obs.: Como modelo básico, todos os campos deste formulário deverão ser preenchidos, no entanto, o proponente poderá acrescentar outras informações que julgar necessárias.

ANEXO XXIV
PLANO DE CURSO/OFICINA

PLANO DE CURSO/OFICINA
NOME DO PROJETO: INOVA DF
NOME DO CURSO/OFICINA: Pesquisa de mercado e comportamento do consumidor
EMENTA: (faça um resumo do conteúdo do curso/oficina) Objetivos da pesquisa de mercado. Tipos, características e usos da pesquisa de mercado. O processo da pesquisa. Pesquisa qualitativa e pesquisa quantitativa. Estatística aplicada à pesquisa de mercado. Pesquisa de mercado e estratégias de comunicação.
OBJETIVOS: (indique os objetivos gerais e específicos de seu curso/oficina) Inserir o aluno no estudo das principais variáveis e pressupostos determinantes do comportamento das pessoas enquanto consumidoras e suas implicações no desenvolvimento das estratégias mercadológicas e das ações de marketing nas organizações.
PÚBLICO-ALVO ESCOLHIDO: (indique as características do público a ser trabalhado. Ex.: nível de formação, sexo, faixa de renda, local de moradia, membro de uma comunidade ou grupo, etc.) Empresários e pessoas físicas que estejam localizadas nas regiões administrativas e regiões próximas de: Planaltina, Sobradinho, Paranoá, Taguatinga, Samambaia, Ceilândia, Gama, Santa Maria e Recanto das Emas, Guara, Núcleo Bandeirante e Riacho Fundo
FAIXA ETÁRIA: A partir dos 14 anos
PRÉ-REQUISITOS PARA INSCRIÇÃO: Realizar inscrição. Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis.
Nº DE TURMAS: 12, uma para cada Região administrativa
Nº DE PARTICIPANTES POR TURMA: 25 alunos
METODOLOGIA: (indique os métodos e técnicas utilizados em seu curso/oficina para atingir seus objetivos) A metodologia da capacitação será por meio de aulas expositivas com o uso de recursos audiovisuais, priorizando a metodologia ativa centrada no debate. As metodologias ativas que serão aplicadas são: inversão de sala de aula, priorizando a ação comunicativa por parte dos educandos e atividades reflexivas que relacionem a diversidade do cotidiano vivenciada e os conteúdos teóricos e práticos
RECURSOS DIDÁTICOS: (indique os equipamentos ou materiais que serão utilizados no curso/oficina)

Apostila, kit material escolar (1 caderno com espiral 1/4 de capa flexível com 48 Folhas, 01 lápis preto 2B, 01 caneta esferográfica 1.0mm cristal de cor azul e 01 borracha branca escolar Record 40), vídeo projetor, sonorização de auditório,

PERIODICIDADE: (indique a duração do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

5 aulas de 4 horas

CARGA HORÁRIA: (registre a forma como será a distribuição da carga horária do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

20 horas

CONTEÚDO: (indique os assuntos que serão trabalhados no curso/oficina).

Pesquisa de mercado e comportamento do consumidor		
Módulo	Conteúdo	Carga Horária
Módulo 1	Perspectivas e pontos de vista do consumidor modelo conceitual do comportamento de consumidor	4
Módulo 2	Fatores de influência: Influências ambientais Cultura, classe social, grupos de referência, família Influências externas Percepção, aprendizagem, valores	4
Módulo 3	Atitudes estilos de vida, lealdade as marcas	4
Módulo 4	Processo de tomada de decisão	4
Módulo 5	Consumerismo e responsabilidade social	4
		20

AVALIAÇÃO:

1. Instrumento de avaliação do curso/oficina: (descreva a forma de avaliação do curso/oficina, indicando como os professores/oficineiros avaliarão os participantes).

O curso será realizado em uma sala de aula com professor especializado na área. Ao final do curso terá uma avaliação para auferir os conhecimentos dos alunos.

2. Instrumento de avaliação dos participantes do curso/oficina: (descreva a forma como os participantes avaliarão o curso/oficina, opinando sobre os instrutores, material didático, organização da ação formativa, instalações, dentre outros).

Será aplicado uma pesquisa de satisfação para os alunos e demais participantes para avaliação do curso/ infraestrutura e professores.

CERTIFICAÇÃO: (indique quais os critérios para recebimento dos certificados).

O curso terá certificado com verificação de autenticidade para aqueles que participarem de no mínimo 70% das aulas.

REFERÊNCIAS: (Indique a bibliografia – livros, artigos, periódicos, folhetos, monografias, dissertações, teses - ou outros itens, a exemplo de sites, blogs, vídeos, vivências, saberes, etc., que serão utilizados como referência na ação formativa).

AAKER, D. Pesquisa de Marketing; São Paulo: Ed. Atlas, 2004.

BRIDGER, D. Neuromarketing: como a neurociência aliada ao design pode aumentar o engajamento e a influência sobre os consumidores 1ª Ed; São Paulo: Autêntica Business, 2018.

CASTRO, G. C; SILVA, H. H; NUNES, J. M. G; PINHEIRO, R. M. Pesquisa de marketing 1ª Ed; Rio de Janeiro: FGV, 2011.

RASQUILHA, L. Coolhunting e pesquisa de tendências: observar, identificar e mapear as tendências e mentalidades emergentes do consumidor 1 Ed; São Paulo: Actual Ed, 2015.

SOLOMON, M.R. O Comportamento do Consumidor: Comprando, Possuindo e Sendo 11ª Ed; Porto Alegre: Bookman, 2016.

YASUDA, A; OLIVEIRA, D.T. Pesquisa de marketing: Guia para a prática de pesquisa de mercado 1ª Ed; São Paulo: Cengage Learning, 2013.

YIN, Robert K. Pesquisa Qualitativa do Início ao Fim; Porto Alegre: Penso, 2016.

Obs.: Como modelo básico, todos os campos deste formulário deverão ser preenchidos, no entanto, o proponente poderá acrescentar outras informações que julgar necessárias.

ANEXO XXIV
PLANO DE CURSO/OFICINA

PLANO DE CURSO/OFICINA
NOME DO PROJETO: INOVA DF
NOME DO CURSO/OFICINA: Administração de vendas
EMENTA: (faça um resumo do conteúdo do curso/oficina) Conceito de vendas. Funções e atividades do gerente de vendas. Planejando e desenvolvendo a força de vendas. Perfil e habilidades do profissional de vendas. Ética e legislação em vendas. Criando remuneração atrativa. Mercado consumidor versus organizacional. Relatórios comerciais. A tecnologia e a administração de vendas. Promoção de vendas. Merchandising.
OBJETIVOS: (indique os objetivos gerais e específicos de seu curso/oficina) Compreender a importância da atividade de vendas para a sociedade e sua integração com as demais áreas da empresa, observando as atitudes, valores e competências do gerente de vendas e da força de vendas
PÚBLICO-ALVO ESCOLHIDO: (indique as características do público a ser trabalhado. Ex.: nível de formação, sexo, faixa de renda, local de moradia, membro de uma comunidade ou grupo, etc.) Empresários e pessoas físicas que estejam localizadas nas regiões administrativas e regiões próximas de: Planaltina, Sobradinho, Paranoá, Taguatinga, Samambaia, Ceilândia, Gama, Santa Maria e Recanto das Emas, Guara, Núcleo Bandeirante e Riacho Fundo
FAIXA ETÁRIA: A partir dos 14 anos
PRÉ-REQUISITOS PARA INSCRIÇÃO: Realizar inscrição. Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis.
Nº DE TURMAS: 12, uma para cada Região administrativa
Nº DE PARTICIPANTES POR TURMA: 25 alunos
METODOLOGIA: (indique os métodos e técnicas utilizados em seu curso/oficina para atingir seus objetivos) A metodologia da capacitação será por meio de aulas expositivas com o uso de recursos audiovisuais, priorizando a metodologia ativa centrada no debate. As metodologias ativas que serão aplicadas são: inversão de sala de aula, priorizando a ação comunicativa por parte dos educandos e atividades reflexivas que relacionem a diversidade do cotidiano vivenciada e os conteúdos teóricos e práticos
RECURSOS DIDÁTICOS: (indique os equipamentos ou materiais que serão utilizados no curso/oficina)

Apostila, kit material escolar (1 caderno com espiral 1/4 de capa flexível com 48 Folhas, 01 lápis preto 2B, 01 caneta esferográfica 1.0mm cristal de cor azul e 01 borracha branca escolar Record 40), vídeo projetor, sonorização de auditório,

PERIODICIDADE: (indique a duração do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

5 aulas de 4 horas

CARGA HORÁRIA: (registre a forma como será a distribuição da carga horária do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

20 horas

CONTEÚDO: (indique os assuntos que serão trabalhados no curso/oficina).

Administração de vendas		
Módulo	Conteúdo	Carga Horária
Módulo 1	Administração de vendas – uma visão contemporânea	4
Módulo 2	Gerência de vendas	4
Módulo 3	Recrutamento e seleção de vendedores	4
Módulo 4	Técnica de vendas	4
Módulo 5	Controle, análise e avaliação	4
		20

AVALIAÇÃO:

1. Instrumento de avaliação do curso/oficina: (descreva a forma de avaliação do curso/oficina, indicando como os professores/oficineiros avaliarão os participantes).

O curso será realizado em uma sala de aula com professor especializado na área. Ao final do curso terá uma avaliação para auferir os conhecimentos dos alunos.

2. Instrumento de avaliação dos participantes do curso/oficina: (descreva a forma como os participantes avaliarão o curso/oficina, opinando sobre os instrutores, material didático, organização da ação formativa, instalações, dentre outros).

Será aplicado uma pesquisa de satisfação para os alunos e demais participantes para avaliação do curso/infraestrutura e professores.

CERTIFICAÇÃO: (indique quais os critérios para recebimento dos certificados).

O curso terá certificado com verificação de autenticidade para aqueles que participarem de no mínimo 70% das aulas.

REFERÊNCIAS: (Indique a bibliografia – livros, artigos, periódicos, folhetos, monografias, dissertações, teses - ou outros itens, a exemplo de sites, blogs, vídeos, vivências, saberes, etc., que serão utilizados como referência na ação formativa).

CASTRO, L. T.; NEVES, M. F. Administração de vendas: planejamento, estratégia e gestão. São Paulo: Atlas, 2005.

GOBE, A. C. et al. (Coord.). Administração de vendas. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

LAS CASAS, A. Administração de vendas. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

LAS CASAS, A. L. Marketing de varejo. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

TEIXEIRA, E. A. et al. Gestão de vendas. 4. ed., rev. atual. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

TEJON M.; COBRA, M. Gestão de vendas: os 21 segredos do sucesso. São Paulo: Saraiva, 2007.

Obs.: Como modelo básico, todos os campos deste formulário deverão ser preenchidos, no entanto, o proponente poderá acrescentar outras informações que julgar necessárias.

ANEXO XXIV
PLANO DE CURSO/OFICINA

PLANO DE CURSO/OFICINA
NOME DO PROJETO: INOVA DF
NOME DO CURSO/OFICINA: Gestão empresarial : Liderança e formação de equipes de alto desempenho
EMENTA: (faça um resumo do conteúdo do curso/oficina)
As organizações no contexto atual. Tipos de organizações. Organogramas funcionais. Teorias gerais da Administração. Mudanças no contexto atual internacional e nacional. Ambientes micro, meso e macro. O que é gerenciar. Características de uma gestão eficaz. O gestor e desafios. Abordagem básica sobre Estratégia. Estimular no aluno o desenvolvimento de competências específicas e essenciais para a liderança de equipes de alto desempenho, através de conteúdos que permitam a construção de um repertório focado na melhoria contínua da liderança e de todos os profissionais que compõem as equipes. Desenvolver, através de habilidades interpessoais e de conhecimentos técnicos sobre liderança, condições de estruturar e manter, em alto nível, o rendimento profissional nas equipes de trabalho.
OBJETIVOS: (indique os objetivos gerais e específicos de seu curso/oficina)
Apresentar ao aluno os conceitos básicos de gerenciamento empresarial inserido em ambiente globalizado. Tais conceitos envolvem o conhecimento de: Qualidade e Competitividade, Gerência e Liderança, Formas de Organização Societárias; Tributos, Planejamento Estratégico, Ferramentas para o Crescimento (Benchmarking, Auditoria de Processo, Auditoria de Produto, etc...), Marketing, Gerenciamento de Projetos, Gestão da Qualidade, Gestão do Conhecimento e Gestão Ambiental. Além destes itens, será apresentada a organização do Setor Elétrico Brasileiro
PÚBLICO-ALVO ESCOLHIDO: (indique as características do público a ser trabalhado. Ex.: nível de formação, sexo, faixa de renda, local de moradia, membro de uma comunidade ou grupo, etc.)
Empresários e pessoas físicas que estejam localizadas nas regiões administrativas e regiões próximas de: Planaltina, Sobradinho, Paranoá, Taguatinga, Samambaia, Ceilândia, Gama, Santa Maria e Recanto das Emas, Guara, Núcleo Bandeirante e Riacho Fundo
FAIXA ETÁRIA:
A partir dos 14 anos
PRÉ-REQUISITOS PARA INSCRIÇÃO:
Realizar inscrição. Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis.
Nº DE TURMAS: 12, uma para cada Região administrativa
Nº DE PARTICIPANTES POR TURMA: 25 alunos
METODOLOGIA: (indique os métodos e técnicas utilizados em seu curso/oficina para atingir seus objetivos)
A metodologia da capacitação será por meio de aulas expositivas com o uso de recursos audiovisuais, priorizando a metodologia ativa centrada no debate. As metodologias ativas que serão aplicadas são: inversão de sala de aula, priorizando a ação comunicativa por parte dos educandos e atividades reflexivas que relacionem a diversidade do

cotidiano vivenciada e os conteúdos teóricos e práticos

RECURSOS DIDÁTICOS: (indique os equipamentos ou materiais que serão utilizados no curso/oficina)

Apostila, kit material escolar (1 caderno com espiral 1/4 de capa flexível com 48 Folhas, 01 lápis preto 2B, 01 caneta esferográfica 1.0mm cristal de cor azul e 01 borracha branca escolar Record 40), vídeo projetor, sonorização de auditório,

PERIODICIDADE: (indique a duração do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

5 aulas de 4 horas

CARGA HORÁRIA: (registre a forma como será a distribuição da carga horária do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

20 horas

CONTEÚDO: (indique os assuntos que serão trabalhados no curso/oficina).

Gestão empresarial		
Módulo	Conteúdo	Carga Horária
Módulo 1	Globalização e objetivos empresariais	4
Módulo 2	Formas de organização societária	4
Módulo 3	Tributos no brasil	4
Módulo 4	Marketing, gestão ambiental	4
Módulo 5	Liderança responsável	4
		20

AVALIAÇÃO:

1. Instrumento de avaliação do curso/oficina: (descreva a forma de avaliação do curso/oficina, indicando como os professores/oficineiros avaliarão os participantes).

O curso será realizado em uma sala de aula com professor especializado na área. Ao final do curso terá uma avaliação para auferir os conhecimentos dos alunos.

2. Instrumento de avaliação dos participantes do curso/oficina: (descreva a forma como os participantes avaliarão o curso/oficina, opinando sobre os instrutores, material didático, organização da ação formativa, instalações, dentre outros).

Será aplicado uma pesquisa de satisfação para os alunos e demais participantes para avaliação do curso/infraestrutura e professores.

CERTIFICAÇÃO: (indique quais os critérios para recebimento dos certificados).

O curso terá certificado com verificação de autenticidade para aqueles que participarem de no mínimo 70% das aulas.

REFERÊNCIAS: (Indique a bibliografia – livros, artigos, periódicos, folhetos, monografias, dissertações, teses - ou outros itens, a exemplo de sites, blogs, vídeos, vivências, saberes, etc., que serão utilizados como referência na ação formativa).

BAZERMAN, Max; MOORE, Don. Processo Decisório. São Paulo: Editora Campus, 2010.
BERGAMINI, Cecília W. Psicologia Aplicada à Administração de Empresas – Psicologia do Comportamento Organizacional. São Paulo: Atlas, 2005.
COVEY, Stephen R. Os 7 Hábitos das Pessoas Altamente Eficazes. São Paulo: Editora Best Seller, 2007.
FARAH, Flávio. Ética na Gestão de Pessoas – uma visão prática. Edições Inteligentes - 2004.
BURGELMAN, Robert A.; CHRISTENSEN, Clayton M.; WHEELWRIGHT, Steven C. Gestão estratégica da tecnologia e da inovação: Conceitos e soluções. 5.ed. Porto Alegre, RS: AMGH, 2012.
CHIAVENATO, Idalberto. Introdução à teoria geral da administração. 9. ed. Barueri, SP: Manole, 2014.
HITT, Michael A.; IRELAND, R. Duane; HOSKISSON, Robert E. Administração estratégica: competitividade e globalização. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2008.
SROUR, Robert Henry. Poder, cultura e ética nas organizações: o desafio das formas de gestão. 3. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro, RJ: Campus, 2012.

Obs.: Como modelo básico, todos os campos deste formulário deverão ser preenchidos, no entanto, o proponente poderá acrescentar outras informações que julgar necessárias.

ANEXO XXIV
PLANO DE CURSO/OFICINA

PLANO DE CURSO/OFICINA
NOME DO PROJETO: INOVA DF
NOME DO CURSO/OFICINA: Inovação, empreendedorismo e novos negócios
EMENTA: (faça um resumo do conteúdo do curso/oficina) Tipos de empreendedorismo. Planejamento de novos negócios. Contexto internacional e nacional e implicações para novos negócios inovativos. Tipos de inovação. Fomentos para inovação e novos negócios. Empreendedorismo social. Características de um empreendedor.
OBJETIVOS: (indique os objetivos gerais e específicos de seu curso/oficina) Desenvolver a capacidade dos discentes em criar produtos e formalizar sua viabilidade técnica econômica, incluindo a análise do ambiente interno e externo.
PÚBLICO-ALVO ESCOLHIDO: (indique as características do público a ser trabalhado. Ex.: nível de formação, sexo, faixa de renda, local de moradia, membro de uma comunidade ou grupo, etc.) Empresários e pessoas físicas que estejam localizadas nas regiões administrativas e regiões próximas de: Planaltina, Sobradinho, Paranoá, Taguatinga, Samambaia, Ceilândia, Gama, Santa Maria e Recanto das Emas, Guara, Núcleo Bandeirante e Riacho Fundo
FAIXA ETÁRIA: A partir dos 14 anos
PRÉ-REQUISITOS PARA INSCRIÇÃO: Realizar inscrição. Pessoa física a partir dos 14 anos com CPF ou jurídica moradora ou estabelecida no DF, com CNPJ ativo. Menores precisam de autorização dos pais ou responsáveis.
Nº DE TURMAS: 12, uma para cada Região administrativa
Nº DE PARTICIPANTES POR TURMA: 25 alunos
METODOLOGIA: (indique os métodos e técnicas utilizados em seu curso/oficina para atingir seus objetivos) A metodologia da capacitação será por meio de aulas expositivas com o uso de recursos audiovisuais, priorizando a metodologia ativa centrada no debate. As metodologias ativas que serão aplicadas são: inversão de sala de aula, priorizando a ação comunicativa por parte dos educandos e atividades reflexivas que relacionem a diversidade do cotidiano vivenciada e os conteúdos teóricos e práticos
RECURSOS DIDÁTICOS: (indique os equipamentos ou materiais que serão utilizados no curso/oficina)

Apostila, kit material escolar (1 caderno com espiral 1/4 de capa flexível com 48 Folhas, 01 lápis preto 2B, 01 caneta esferográfica 1.0mm cristal de cor azul e 01 borracha branca escolar Record 40), vídeo projetor, sonorização de auditório,

PERIODICIDADE: (indique a duração do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

5 aulas de 4 horas

CARGA HORÁRIA: (registre a forma como será a distribuição da carga horária do curso/oficina: dias, semanas ou meses)

20 horas

CONTEÚDO: (indique os assuntos que serão trabalhados no curso/oficina).

Inovação, empreendedorismo e novos negócios		
Módulo	Conteúdo	Carga Horária
Módulo 1	Contextos, conceito e aspectos teóricos da inovação	4
Módulo 2	Pesquisa, desenvolvimento e engenharia	4
Módulo 3	Indicadores de inovação	4
Módulo 4	Estratégias de inovação	4
Módulo 5	Propriedade intelectual	4
		20

AVALIAÇÃO:

1. Instrumento de avaliação do curso/oficina: (descreva a forma de avaliação do curso/oficina, indicando como os professores/oficineiros avaliarão os participantes).

O curso será realizado em uma sala de aula com professor especializado na área. Ao final do curso terá uma avaliação para auferir os conhecimentos dos alunos.

2. Instrumento de avaliação dos participantes do curso/oficina: (descreva a forma como os participantes avaliarão o curso/oficina, opinando sobre os instrutores, material didático, organização da ação formativa, instalações, dentre outros).

Será aplicado uma pesquisa de satisfação para os alunos e demais participantes para avaliação do curso/ infraestrutura e professores.

CERTIFICAÇÃO: (indique quais os critérios para recebimento dos certificados).

O curso terá certificado com verificação de autenticidade para aqueles que participarem de no mínimo 70% das aulas.

REFERÊNCIAS: (Indique a bibliografia – livros, artigos, periódicos, folhetos, monografias, dissertações, teses - ou outros itens, a exemplo de sites, blogs, vídeos, vivências, saberes, etc., que serão utilizados como referência na ação formativa).

AJZENTAL, Alberto. A construção do plano de negócio: percurso metodológico para: caracterização da oportunidade, estruturação do projeto conceptual, compreensão do contexto, definição do negócio, desenvolvimento da estratégia, dimensionamento das operações, projeção de resultados, análise de viabilidade. São Paulo: Saraiva, 2008.

CERNE. Modelo de inovação. Disponível em: <http://anprotec.org.br/cerne> CECCONELLO, Antônio Renato;

DIAS, Sergio Roberto (Coord.). Gestão de marketing. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

DORNELAS; TIMMONS; SPINELLI. Criação de novos negócios: empreendedorismo para o século 21. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.


KOTLER, Philip. Administração de marketing: planejamento, implementação e controle. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

LENZI Fernando César; KIESEL, Marcio Daniel (Org). O empreendedor de visão. São Paulo: Atlas 2009.

MAXIMIANO, Antônio Cesar Amaru. Empreendedorismo. 1. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

SALIM, Cesar Simões; SILVA, Nelson Caldas. Introdução ao empreendedorismo: despertando a atitude empreendedora. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

Obs.: Como modelo básico, todos os campos deste formulário deverão ser preenchidos, no entanto, o proponente poderá acrescentar outras informações que julgar necessárias.

Documento assinado digitalmente
 GUSTAVO AUGUSTO MOURA DE SA
Data: 18/12/2023 14:58:23-0300
Verifique em <https://validar.it.gov.br>

Gustavo Augusto Moura de Sá
Presidente AECEC