MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE MINAS GERAIS
CAMPUS OURO BRANCO
Rua Afonso Sardinha, nº 90 – Minas Talco – Ouro Branco/MG – (31) 2137-5700 – posgestao.ourobranco@ifmg.edu.br

PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO

ESPECIALIZAÇÃO, *LATO SENSU,* EM GESTÃO DE NEGÓCIOS

Ouro Branco - MG

Julho/2026

Reitor
Prof. Dr. Rafael Bastos Teixeira

Pró-Reitora de Inovação, Pesquisa e Pós-graduação
Prof. Dra. Gislayne Elisana Gonçalves

Diretoria de Pós-Graduação
Prof. Dr. Thiago Ferreira Quilice

Diretor Geral do *Campus*
Prof. Dr. Haroldo Lacerda de Brito

Diretora de Ensino do *Campus*
Profa. Dr. Aurélio Alves Ferreira

Coordenador do Curso
Prof. Dr. Cleiton Martins Duarte da Silva

Colegiado do Curso

Prof. Dr. Cleiton Martins Duarte da Silva, Presidente
Prof. Me. Demétrius Gonçalves, Representante Suplente do corpo docente.
Prof. Me. Egberto Lucena Teles, Representante Suplente do corpo docente.
Prof. Me. Gérber Lúcio Leite, Representante Suplente do corpo docente.
Profa. Dra. Juliane de Almeida Ribeiro, Representante Titular do corpo docente.
Prof. Dr. Pedro Xavier da Penha, Representante Titular do corpo docente.
Prof. Dr. Thiago Ferreira Quilice, Representante Titular do corpo docente.
Prof. Dr. Fabrício Marques de Oliveira, Representante Titular da Diretoria de Ensino.
Mariane Maria De Carvalho Cunha, Representante Suplente da Diretoria de Ensino.
Suelem Cristina Alves, Representante Titular do corpo técnico-administrativo.
Warlei Eduardo Alves, Representante Suplente do corpo técnico-administrativo.
Luiz Gustavo da Silva Domingues, Representante Titular do corpo discente.
Luciana Linhares Magalhães, Representante Suplente do corpo discente.

Colaboradores

Professores do curso de Bacharelado em Administração

1. IDENTIFICAÇÃO DO CURSO

A)	**Denominação do Curso:**	Gestão de Negócios.
B)	**Titulação pretendida:**	Especialista.
C)	**Nível:**	Pós-graduação (*Lato Sensu*).
D)	**Modalidade:**	Presencial
E)	**Carga horária:**	400 horas
F)	**Área e subárea do conhecimento:**	Administração (Administração de Empresas).
G)	**Habilitação:**	Gestão de Negócios.
H)	**Regime acadêmico:**	Semestral.
I)	**Pré-requisito:**	Curso de graduação reconhecido pelo Ministério da Educação.
J)	**Número de vagas por turma:**	30
K)	**Turno previsto:**	Noturno
L)	**Duração do curso:**	Dois semestres letivos.
M)	**Local de funcionamento:**	IFMG – *Campus* Ouro Branco. Rua Afonso Sardinha, n. 90, Bairro Pioneiros, Ouro Branco/MG.
N)	**Horário de funcionamento:**	Terça-feira e Quinta-feira das 19:00 horas às 23:00 horas.
P)	**Coordenador:**	Professor Dr. Cleiton Martins Duarte da Silva
O)	**Parcerias:**	Prefeitura Municipal de Ouro Branco, Universidade Federal de São João Del Rei (*Campus* Alto Paraopeba - CAP), SEBRAE, Agência De Desenvolvimento Econômico E Social Dos Inconfidentes E Alto Paraopeba (ADESIAP Unidade Ouro Branco) e Associação Comercial de Ouro Branco (ACEOB).
P)	**Semestre/Ano de início do Curso:**	Agosto de 2026.

2. JUSTIFICATIVA

O ambiente de negócios tem passado por mudanças significativas nessas últimas décadas em decorrência de um conjunto diversificado de fatores não controláveis diretamente pelos gestores empresariais, como é o caso dos avanços recentes ocorridos nas tecnologias da informação e comunicação, que têm modificado a estrutura e os processos produtivo e decisório de muitas empresas contemporâneas (por exemplo, Indústrias 4.0), das mudanças observadas no comportamento de compra dos consumidores, hoje em dia cada vez mais exigentes e conscientes dos seus direitos, e da redução das fronteiras entre os países em decorrência da intensificação da globalização digital dos mercados mundiais, apesar do crescimento do protecionismo econômico implementado por alguns países recentemente. Tudo isso tem proporcionado um ambiente de maior complexidade, dinamicidade e incerteza para os empreendedores e gestores alocados em cargos estratégicos em suas empresas e demandado novas atitudes, habilidades e competências gerenciais. Especificamente para os estudantes, gestores e empresários residentes nos municípios que integram o Alto Paraopeba, importante região econômica do Estado de Minas Gerais, as crises política e econômica ocorridas no país e no mundo nesses últimos anos, associada com a elevada dependência econômico-financeira de alguns desses municípios com relação às grandes empresas mineradoras instaladas na região, colocaram em destaque a necessidade de uma maior diversificação da matriz econômica da região (criação de novos negócios e, consequentemente, de mais empregos e receitas para os respectivos municípios) e as capacidades de sobrevivência e crescimento de muitas empresas locais, o que trouxe para o centro das atenções a competência e o papel dos seus gestores nestes processos de adaptação e desenvolvimento empresariais. Aliado a esses desafios gerenciais, o grande contingente de profissionais provenientes de outras regiões do país, inclusive do exterior, que trabalham nas grandes empresas locais e a abertura de cursos de Bacharelado em Administração (e de áreas correlatas, como as de Engenharia de Produção, Economia e Contabilidade) na respectiva região também tem contribuído de maneira significativa para o crescimento da demanda por uma especialização em gestão, o que é corroborado pelo levantamento realizado no mês de Novembro de 2018 por professores e discentes do Núcleo de Práticas Gerenciais (NPG – IFMG Campus de Ouro Branco) com uma amostra não-probabilística de 104 respondentes. Os resultados da pesquisa revelaram que 73,1% dos entrevistados certamente cursariam uma

Especialização em Gestão de Negócios ofertado pelo IFMG – Campus de Ouro Branco. Com relação ao perfil dos respondentes, importante, destacar, que 38,5% deles trabalham no setor de serviços, 24,0% são estudantes, 15,6% são empreendedores ou empresários, 14,6% trabalham na indústria e, o restante, 7,3%, nos comércios da região; e que a grande maioria deles mora em Ouro Branco (54,7%), Conselheiro Lafaiete (15,8%) e Congonhas (8,4%). Esses resultados comprovam uma demanda latente por uma especialização que contribua para o desenvolvimento de habilidades e competências diferenciadas em gestão empresarial. É neste cenário que o Curso de Especialização em Gestão de Negócios do IFMG Campus de Ouro Branco se apresenta como uma possibilidade de capacitação diferenciada para os profissionais graduados da região por meio da oferta de modernas e atualizadas técnicas e ferramentas de gestão empresarial que efetivamente contribuam para uma administração eficiente e eficaz dos negócios onde trabalham ou que irão trabalhar no futuro.

Ademais será iniciada a terceira turma do curso, após a conclusão de 28 e 32 especialistas em Gestão de Negócios, respectivamente da primeira e segunda turmas.

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivo geral

Proporcionar qualificação diferenciada para profissionais com formação em nível superior que tenham interesse de desenvolver ou aprimorar suas habilidades e competências gerenciais.

3.2. Objetivos específicos

Contribuir para o desenvolvimento e aprimoramento de atitudes, habilidades e competências gerenciais diferenciadas. Manter um ambiente acadêmico que incentive a criatividade, a inovação e a cooperação entre discentes, professores, corpo técnico-administrativo e comunidade local. Ofertar conteúdos relevantes, atualizados e alinhados com as mais modernas tecnologias e práticas de gestão empresarial. Disponibilizar canais de comunicação que promovam a troca de informações, conhecimentos e experiências gerenciais. Enfatizar a importância da ética no mundo dos negócios.

4. RELAÇÃO DO CORPO DOCENTE POR DISCIPLINA, COM A RESPECTIVA TITULAÇÃO E CAMPUS DE ORIGEM

O perfil dos docentes e disciplinas a serem ministradas estão dispostos no Quadro 1, a seguir. Os docentes que lecionam no curso são efetivos no próprio Campus Ouro Branco. Professor de outro campus também poderá ministrar disciplinas no Curso de Especialização em Gestão de Negócios, desde que atenda ao perfil desejado e seja aprovado pelos membros do Colegiado do Curso.

Quadro 1 – Perfil dos docentes, componente curricular

DOCENTE	DISCIPLINA	TITULAÇÃO
Pedro Xavier da Penha	Gestão Contemporânea	Doutor
Gérber Lúcio Leite	Gestão Estratégica de Pessoas	Mestre
Joaquim Eduardo de Moura	Marketing Estratégico	Doutor
Demétrius Gonçalves	Gestão de Custos e Formação de Preços	Mestre
Egberto Lucena Teles	Análise e Gestão de Investimentos	Mestre
Thiago Ferreira Quilice	Inovação e Empreendedorismo	Doutor
Francis Marcean R. de Barros	Gestão de Projetos e Sustentabilidade	Doutor
Juliane de Almeida Ribeiro	Pesquisa de Marketing	Doutora
Cleiton Martins Duarte da Silva	Trabalho de Conclusão de Curso	Doutor
Paulo Henrique de Oliveira	Planejamento e Estratégias Empresariais	Doutor
Cleiton Martins Duarte da Silva	Modelos de Negócios Aplicado	Doutor
Cleiton Martins Duarte da Silva	Projeto de Negócios I	Doutor
Cleiton Martins Duarte da Silva	Projeto de Negócios II	Doutor

5. ESTRUTURA CURRICULAR DO CURSO

O Curso de Especialização em Gestão de Negócios do IFMG - Campus Ouro Branco está estruturado em doze disciplinas, totalizando 400 horas em dois semestres letivos, conforme apresentado no Quadro 2 a seguir. Todas serão ministradas em dois dias na semana, totalizando dez horas/aula semanais.

a) determinar em relação a cada disciplina, a carga horária e os créditos

Quadro 2 – Disciplinas, carga horária semanal e créditos

DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA		HORAS SEMANA	CRÉDITOS
	PRESENCIAL	EaD*		
Gestão Contemporânea	24	6	2	2
Gestão Estratégica de Pessoas	24	6	2	2
Marketing Estratégico	24	6	2	2
Gestão de Custos e Formação de Preços	24	6	2	2
Inovação e Empreendedorismo	36	9	2	3
Projeto de Negócios I	24	6	2	2
Total Semestre 1	**195**			**13**
Pesquisa de Marketing	24	6	2	2
Planejamento e Estratégias Empresariais	24	6	2	2
Análise e Gestão de Investimentos	24	6	2	2
Modelos de Negócios Aplicados	24	6	2	2
Gestão de Projetos e Sustentabilidade	36	9	2	3
Projeto de Negócios II	24	6	2	2
Trabalho de Conclusão de Curso**	10	--	--	--
Total Semestre 2	**205**			**13**
TOTAL DO CURSO	**390**			**26**

Nota:*Educação a Distância. **TCC é componente curricular.

b) ementa e bibliografia atualizada:

As ementas e referências bibliográficas de cada disciplina estão atualizadas e disponíveis na biblioteca da instituição em quantidades adequadas para uso pelos discentes, conforme legislação pertinente.

1º SEMESTRE:

DISCIPLINA	Gestão Contemporânea
EMENTA	Aborda a evolução e os principais conceitos das teorias da gestão contemporânea; assim como sua aplicabilidade no ambiente dos negócios. Apresenta os clássicos e os modernos conceitos das ciências gerenciais mediante abordagem de diferentes modelos das teorias de gestão. Possibilita o desenvolvimento da visão crítica e a base conceitual da gestão estratégica dos negócios para o melhor desempenho profissional.
BIBLIOGRAFIA	Básica LACOMBE, Francisco José Masset. *Teoria geral da administração*. São Paulo: Saraiva, 2009. OLIVEIRA, Jayr Figueiredo de; SILVA, Edison Aurélio da. *Gestão organizacional*: descobrindo uma chave de sucesso para os negócios. São Paulo: Saraiva, 2006. TACHIZAWA, Takeshy; CRUZ JÚNIOR, João Benjamin da; ROCHA, José Antônio de Oliveira. *Gestão de negócios*: visões e dimensões empresariais da organização. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2006. Complementar COELHO, Márcio Ferreira. *A essência da administração*: conceitos introdutórios. São Paulo: Saraiva, 2008. MASIERO, Gilmar. *Administração de empresas*: teoria e funções com exercícios e casos. 2. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2009. MAXIMIANO, Antônio Cesar Amaru. *Fundamentos da Administração*: introdução à teoria geral e aos processos da administração. 3. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2015. MONTANA, Patrick J.; CHARNOV, Bruce H. *Administração*. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2010. MOTTA, Fernando C. Prestes; VASCONCELOS, Isabella Freitas Gouveia de. *Teoria geral da administração*. 3. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010.
DISCIPLINA	Gestão Estratégica de Pessoas
EMENTA	Os subsistemas da gestão de pessoas. Processo de mudanças e as pessoas. Múltiplos papeis do RH. Cultura organizacional. Fit cultural. Políticas de pessoal e estratégias. Gestão do conhecimento e competências. Carreiras e negociação. Liderança e equipes. Desempenho e remuneração estratégica. Gestão de pessoas na perspectiva do Balanced Scorecard.

BIBLIOGRAFIA	Básica ARAUJO, Luís César G. de; GARCIA, Adriana Amadeu. *Gestão de pessoas*: estratégias e integração organizacional. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009. LACOMBE, Francisco José Masset. *Recursos humanos*: princípios e tendências. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2011. MARRAS, Jean Pierre. *Administração de recursos humanos*: do operacional ao estratégico. 14. ed. São Paulo: Saraiva, 2011. Complementar DUTRA, Joel Souza. *Administração de carreiras*: uma proposta para repensar a gestão de pessoas. São Paulo: Atlas, 2010. TEIXEIRA, Maria Luísa Mendes; ZACCARELLI, Laura Menegon (Org). *Gestão do fator humano*: uma visão baseada em stakeholders. 2. ed. rev. Atual. São Paulo: Saraiva, 2008. DESSLER, Gary. *Administração de recursos humanos*. 2. ed. São Paulo: Pearson, 2003. RIBEIRO, Antônio de Lima. *Gestão de pessoas*. São Paulo: Saraiva, 2006. BOHLANDER, George; SNELL, Scott. *Administração de recursos humanos*. 14. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010.
DISCIPLINA	Marketing Estratégico
EMENTA	Gestão contemporânea de marketing. Composto mercadológico: Produto, Preço, Praça e Promoção. Ambiente de marketing. Processo de tomada de decisão do consumidor. Fatores que influenciam o comportamento do consumidor. Análises de Mercado e Segmentação. Recursos Estratégicos e Vantagem Competitiva. Posicionamento Competitivo. Gestão Estratégica de Clientes.
BIBLIOGRAFIA	Básica BARNEY, Jay B.; HESTERLY, William S. *Administração estratégica e vantagem competitiva*: conceitos e casos. Editora Pearson, 2017. HOOLEY, Graham J.; PIERCY, Nigel F; NICOULAUD, Brigitte. *Estratégia de marketing e posicionamento competitivo*. 4. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011. KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. *Princípios de marketing*. 15. ed. São Paulo: Pearson, 2015. Complementar CHURCHILL, G. A.; PETER, J. P. *Marketing*: criando valor para os clientes. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2013. KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. *Marketing 4.0*. Rio de Janeiro: Sextante, 2017. E-book. LUZ, Victoria Vilasanti da. *Comportamento do consumidor na era digital*. Curitiba: Contentus, 2020. E-book. MATTAR, F. N. *Pesquisa de marketing*: metodologia, planejamento, execução e análise. 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014. SAMARA, B. S.; MORSCH, M. A. *Comportamento do consumidor*: conceitos e casos. São Paulo: Prentice Hall, 2005. E-book.
DISCIPLINA	Gestão de Custos e Formação de Preços
EMENTA	Contabilidade de Custos. Classificação e Nomenclatura da Contabilidade de Custos. Sistemas de Custeio. Métodos de Custeio. Contabilidade de Custos e a Contabilidade Gerencial. Produção por Ordem e Produção Contínua. Relação Custo/Volume/Lucro.

	Margem de Contribuição e Limitações na Capacidade de Produção. Análise do Ponto de Equilíbrio. Margem de Segurança. Alavancagem Operacional. Alavancagem Financeira. Formação do Preço de Venda.
BIBLIOGRAFIA	Básica BRUNI, Adriano Leal; FAMÁ, Rubens. *Gestão de custos e formação de preços: com aplicações na calculadora HP 12C* e excel. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2012. MARTINS, Eliseu. *Contabilidade de custos*. 10ª ed. São Paulo: Atlas, 2010. MEGLIORINI, Evandir. *Custos: análise e gestão*. 2ª ed. São Paulo: Pearson, 2007. Complementar ATKINSON, A. A.; et al. *Contabilidade Gerencial*. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2011. GARRISON, R. H, NORREN, E. W., BREWER, P. C. *Contabilidade gerencial*. 14ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2013. LEONE, G. S. G., LEONE, R. J. G. *Curso de contabilidade de custos*. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2010. PADOVEZE, C. L. *Contabilidade gerencial: um enfoque em sistema de informação contábil*. 7ª. ed. São Paulo: Atlas, 2010. PEREZ JUNIOR, J. H., OLIVEIRA, L. M., COSTA, R. G. *Gestão estratégica de custos*. 8ª ed. São Paulo: Atlas, 2012.
DISCIPLINA	Projeto de Negócios I
EMENTA	Conceitos básicos em ambientes de inovação e empreendedorismo. Competências cognitivas, atitudinais e operacionais. Mindset empreendedor. Cliente e mercado (conceito de empatia; segmentação de clientes; construção de personas). Problema e solução (tarefas funcionais e emocionais e dores e ganhos do cliente; desenvolvimento de cliente; ciclo Lean Startup). Proposta de valor. Prototipagem e MVP – Mínimo Produto Viável (protótipos de alta e baixa fidelidade; técnicas de prototipagem).
BIBLIOGRAFIA	Básica: OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. *Business model generation* – inovação em modelos de negócios: um manual para visionários, inovadores e revolucionários. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011. RIES, E. *A startup enxuta:* como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas. São Paulo: Leya, 2012. Rosa, A. R.; Couto, G. M. *Guia do Bootcamper*. Belo Horizonte: Sebrae Minas, 2016. Complementar: BROWN, T. *Design Thinking:* uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Rio de Janeiro, RJ: Alta Books, 2017. OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. *Value proposition design* – como construir propostas de valor inovadoras. Rio de Janeiro: Alta Books, 2014. 320 p. RIES, E. *O estilo startup:* Como as empresas modernas usam o empreendedorismo para transformar sua cultura e impulsionar seu crescimento. São Paulo: Sextante, 2019.
DISCIPLINA	Inovação e Empreendedorismo

EMENTA	Inovação e empreendedorismo. Inovação social e inovação para a sustentabilidade. Gestão da inovação e do empreendedorismo. Criatividade empreendedora. Fontes de inovação. Estratégias de busca para a inovação. A modelagem de negócios e o pensamento enxuto. Ecossistema empreendedor. O empreendedorismo no Brasil.
BIBLIOGRAFIA	Básica BESSANT, J.; TIDD, J. *Inovação e empreendedorismo*. Porto Alegre: Bookman, 2019. OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. *Business model generation* – inovação em modelos de negócios: um manual para visionários, inovadores e revolucionários. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011. 300p. RIES, E. A *startup enxuta*: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas. São Paulo: Leya, 2012. OSTERWALDER, A.; BERNARDA, G.; PIGNEUR, Y.; SMITH, A.; PAPADAKOS, T. *Value Proposition Design*: Como construir propostas de valor inovadoras. Rio de Janeiro: Alta Books, 2019. Complementar BARON, R. A.; SHANE, S. A. *Empreendedorismo*: uma visão do processo. São Paulo: Cengage Learning, 2007. BORGES, R. S. G.; VALADARES, E. C. *Metodologias Ativas*. Belo Horizonte: Ramalhete, 2021. BROWN, T. *Design Thinking*: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Rio de Janeiro, RJ: Alta Books, 2017. DORNELAS, J. *Empreendedorismo*: transformando ideias em negócios. 6. ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2016. RIES, E. *O estilo startup enxuta*: como as empresas modernas usam o empreendedorismo para transformar sua cultura e impulsionar seu crescimento. São Paulo: Sextante, 2019. HISRICH, R.D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. *Empreendedorismo.* 9.ed. Porto Alegre: AMGH, 2014. KNAPP, J.; ZERATSKY, J.; KOWITZ, B. Sprint: *O método usado no Google para testar e aplicar novas ideias em apenas cindo dias*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2017.

2º SEMESTRE:

DISCIPLINA	Análise e Gestão de Investimentos
EMENTA	Fundamentos de cálculo financeiro. Valor do dinheiro no tempo. Juros compostos e equivalência de capitais. Séries de pagamentos. Sistemas de Amortização de dívidas. Taxas de Juros e Inflação. Investimento de Capital. Custo do capital. Orçamento de capital. Valor Presente Líquido. Taxa Interna de Retorno. Alavancagem. Payback. Análise de risco e retorno dos investimentos. Modelos de precificação de ativos.
BIBLIOGRAFIA	Básica ASSAF NETO, A. *Matemática financeira e suas aplicações*. 12a ed. São Paulo: Atlas, 2012. DAMODARAN, A. *Finanças corporativas*: teoria e prática. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2007. GITMAN, L. J. *Princípios de administração financeira*. 12ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

	Complementar ASSAF NETO, A. *Curso de administração financeira*. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2014. BREALEY, R. A., MYERS, S. C., ALLEN, F. *Princípios de finanças corporativas*. 10ª ed. São Paulo: Bookman, 2013. FERREIRA, R. G. *Matemática financeira aplicada*: Mercado de Capitais, Análise de Investimentos, Finanças Pessoais e Tesouro Direto. 8a ed. São Paulo: Atlas, 2014. FERREIRA, R. G. *Engenharia econômica e avaliação de projetos de investimentos*: critérios de avaliação, financiamentos, benefícios fiscais, análise de sensibilidade e risco. São Paulo: Atlas, 2009. SOUZA, A.; CLEMENTE, A. *Decisões financeiras e análise de investimentos*. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.
DISCIPLINA	Pesquisa de Marketing
EMENTA	Introdução à pesquisa de marketing: natureza, importância e exemplos. O processo de pesquisa de marketing. Estabelecimento do esquema de pesquisa. Técnicas, procedimentos e instrumentos para a coleta de dados. Amostragem. Coleta e análise de dados. Relatório de pesquisa e apresentação oral.
BIBLIOGRAFIA	Básica GIL. A. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010. MALHOTRA, N. *Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada*. Porto Alegre: Bookman, 2012. URDAN, A. T.; URDAN, F. T. *Marketing estratégico no Brasil: teoria e aplicações*. São Paulo: Atlas, 2010. Complementar FACHIN, O. *Fundamentos de Metodologia***.** 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2006. GIANESI, I. G. N.; CORRÊA, H. L. *Administração estratégica de serviços:* operações para a satisfação do cliente. São Paulo: Atlas, 2014. KOTLER, P.; KELLER, K. L. *Administração de Marketing***.** 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012. MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. *Fundamentos de metodologia científica.* 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017. VERGARA, S. *Métodos de pesquisa em Administração.* 6. ed. São Paulo: Atlas, 2015.
DISCIPLINA	Projeto de Negócios II
EMENTA	Prototipagem e MVP – Mínimo Produto Viável (avaliação de MVPs). Canais, vendas e modelos financeiros (canais de vendas, comunicação e tração; fontes de receita; estrutura de custos). Lean Canvas, Storytelling e Pitch (sistematização das ideias do negócio; comunicação de projetos empreendedores; bases para o Plano de Negócios e para a captação de recursos).

BIBLIOGRAFIA	Básica: OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. *Business model generation* – inovação em modelos de negócios: um manual para visionários, inovadores e revolucionários. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011. RIES, E. *A startup enxuta:* como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas. São Paulo: Leya, 2012. Rosa, A. R.; Couto, G. M. *Guia do Bootcamper*. Belo Horizonte: Sebrae Minas, 2016. Complementar: BROWN, T. *Design Thinking:* uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Rio de Janeiro, RJ: Alta Books, 2017. KNAPP, J.; ZERATSKY, J.; KOWITZ, B.; GOTTLIEB, A. *Sprint:* o método usado no google para testar e aplicar novas ideias em apenas cinco dias. Rio De Janeiro: Intrínseca, 2017. RIES, E. *O estilo startup:* Como as empresas modernas usam o empreendedorismo para transformar sua cultura e impulsionar seu crescimento. São Paulo: Sextante, 2019.
DISCIPLINA	Modelos de Negócios Aplicado
EMENTA	Definição, importância, interessados, estrutura, financiamento e softwares específicos para a elaboração do plano de negócios. Fatores que contribuem para o fracasso de um plano de negócios. Editais e outros modos de financiamentos.
BIBLIOGRAFIA	Básica CECCONELLO, Antônio R.; AJZENTAL, Alberto. *A construção do plano de negócio*. São Paulo: Saraiva, 2010. DOLABELA, Fernando. *O segredo de Luísa:* uma ideia, uma paixão e um plano de negócios-como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. Rio de Janeiro: Sextante, 1999. SALIM, César S. HOCHMAN, Nelson. RAMAL, Andrea C. RAMAL, Silvina A. *Construindo planos de negócios.* Rio de Janeiro: Campus, 2001. Complementar BARON, R. A.; SHANE, S. A. *Empreendedorismo:* uma visão do processo. São Paulo: Thomson Pioneira, 2006. BESSANT, J.; TIDD J. *Inovação e empreendedorismo*. Porto Alegre: Bookman, 2009. DORNELAS, José Carlos Assis. *Empreendedorismo*: transformando ideias em negócios. 5 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2014. HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. *Empreendedorismo*. 9 Ed. Porto Alegre: Bookman, 2014. SALIM, César Simões *et al. Administração empreendedora*: teoria e prática usando o estudo de casos. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
DISCIPLINA	Gestão de Projetos e Sustentabilidade
EMENTA	História ambiental e origens da sustentabilidade. Desenvolvimento sustentável. Sustentabilidade corporativa. Ética Empresarial. Responsabilidade social. Minimização de passivos ambientais. Logística Empresarial. Gestão de projetos: conceito de projeto. Planejamento de projeto. O PMBOK. Áreas de conhecimento do PMBOK.

BIBLIOGRAFIA	Básica BERTAGLIA, Paulo Roberto. *Logística e gerenciamento da cadeia de abastecimento*. São Paulo: Saraiva, 2009. GIDO, J.; CLEMENTS, J. P. *Gestão de projetos*. São Paulo: Thomson, 2014. MAXIMIANO, Antônio Cesar Amaru. *Administração de projetos:* transformando ideias em realidade, 2a. edição, Editora Atlas, 2014. MOTTA, Ronaldo Seroa da. *Economia ambiental.* Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006. Complementar ALENCASTRO, Mario Sergio Cunha. *Ética e meio ambiente: construindo as bases para um futuro sustentável*. Curitiba: Intersaberes, 2015. BALLOU, Ronald H. *Logística empresarial*: transportes, administração de materiais e distribuição física. São Paulo: Atlas, 2015. MENEZES, Luís Cesar de Moura. *Gestão de Projeto.* Editora Atlas, 2009. MEREDITH, J.R., MANTEL, S. J., Jr. *Administração de Projetos.* Rio de Janeiro: LTC, 2013. PEÑAFIEL, Adriana Paola Paredes; RADOMSKY, Guilherme Francisco Waterloo. *Desenvolvimento e sustentabilidade*. Curitiba: Intersaberes, 2013. PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. *Um guia do conjunto de conhecimentos em gerenciamento de projetos*. PMI. Newton Square: 2014. SÁNCHEZ, Luiz Henrique. *Avaliação de impacto ambiental:* conceitos e métodos. São Paulo: Oficina de Textos, 2013. THOMAS, Janet M.; CALLAN, Scott J. *Economia ambiental*: fundamentos, políticas e aplicações. São Paulo: Cengage Learning, 2010.
DISCIPLINA	Planejamento e Estratégias Empresariais
EMENTA	Apresenta a origem, os conceitos centrais da estratégia e sua relação com a vantagem competitiva. Analisa os processos de formulação e implementação das estratégias no nível de negócios e corporativo. Aborda os principais tipos, metodologias e importância do planejamento estratégico para as empresas que enfrentam ambientes turbulentos e dinâmicos.
BIBLIOGRAFIA	Básica IRELAND, R. Duane; HITT, Michael A; HOSKISSON, Robert E. *Administração estratégica.* São Paulo: Cengage Learning, 2015. MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, H.; LAMPEL, J. *Safari de estratégia* - um roteiro pela selva do planejamento estratégico. 2ª. Ed. Rio de Janeiro: Artmed, 2010. OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. *Planejamento estratégico*: conceitos, metodologia e práticas. São Paulo: Atlas, 2012. Complementar ANDRADE, A. R. *Planejamento estratégico*: formulação, implementação e controle. São Paulo: Atlas, 2012. BETHLEM, Agrícola de Souza. *Estratégia empresarial*: conceitos, processo e administração estratégica. 6. ed., rev. ampl. São Paulo: Atlas, 2009. PEREIRA, M.F. *Planejamento estratégico*: teorias, processos e modelos. São Paulo: Atlas, 2010.

	PORTER, Michael E. *Vantagem competitiva*: criando e sustentando um desempenho superior. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. PORTER, Michael E. *Estratégia competitiva*: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

6. REGULAMENTO DO CURSO APROVADO PELO COLEGIADO DO CURSO, EM CONFORMIDADE COM O REGIMENTO DOS CURSOS DE PÓS-GRADUAÇÃO LATO SENSU

REGULAMENTO DO CURSO

CAPÍTULO 1 - DOS OBJETIVOS

O curso de Especialização em Gestão de Negócios tem por objetivo contribuir para a formação científica e cultural de profissionais formados em qualquer área do conhecimento nos principais conteúdos e ferramentas de gestão empresarial.

Para isso, em suas disciplinas contará com professores qualificados e habilitados para trabalhar com tecnologias e metodologias avançadas de ensino, fundamentadas numa infraestrutura física e tecnológica adequada para o aprendizado diferenciado e em conteúdos atualizados e alinhados com o que está acontecendo de relevante no mundo dos negócios.

CAPÍTULO 2 - DA ORGANIZAÇÃO DO CURSO

Art. 1º. O programa funcionará em nível de Especialização Lato Sensu, formando Especialistas em Gestão de Negócios.

Art. 2º. O Curso será regido pelo Regulamento dos cursos de Pós-Graduação Lato Sensu do Instituto Federal de Minas Gerais e por este Regulamento.

Art. 3º. O Curso será oferecido na modalidade presencial, com periodicidade semanal, tendo uma carga horária total de 400 horas, com até 20% da carga horária total à distância em observância a IN 03/DPG/PRPPG/IFMG.

CAPÍTULO 3 - DA ADMINISTRAÇÃO DO PROGRAMA

Art. 4º. A gestão didático-pedagógica do Curso será exercida pelo Colegiado do Curso, em concordância com os órgãos responsáveis pela Pós-Graduação do Campus e da Reitoria.

Art. 5º. O Colegiado é órgão integrante da estrutura organizacional do Programa, dotado de competência normativa, constituído e regulamentado conforme o Regulamento dos Cursos de Pós-graduação *Lato Sensu* do IFMG, Resolução nº 37 de 10 de dezembro de 2020.

Art. 6º. Os membros discentes titulares e suplentes serão escolhidos por seus pares em processo eleitoral realizado no início de cada oferta de curso, cujo quórum mínimo será de noventa por cento (90%) de presença em primeira chamada, setenta e cinco por cento (75%)

em segunda chamada, trinta minutos após a primeira, e quórum livre em terceira e última chamada, trinta minutos após a segunda.

Parágrafo Único. Perderá o mandato qualquer membro do Colegiado que, sem causa justificada, faltar a mais de 2 (duas) reuniões consecutivas ou 4 (quatro) reuniões não consecutivas do Colegiado.

Art. 7º. Compete ao Colegiado de Curso, em consonância com o previsto no Regulamento de Pós-Graduação do IFMG:

I – manifestar-se sobre o currículo do Curso e suas alterações;

II – decidir as questões referentes à matrícula, dispensa de disciplina, transferência e aproveitamento de créditos, bem como à representação e recursos que lhe forem dirigidos, atendidas às peculiaridades do Curso. Vale ressaltar que o percentual máximo de aproveitamento de disciplinas será de 30% da carga horária total do curso;

III – propor ao Comitê de Pesquisa, Inovação e Pós-Graduação modificações na estrutura do Curso;

IV – propor aos Coordenadores de Área e Diretor do Campus ou setores equivalentes as medidas necessárias ao bom andamento do Curso;

V – aprovar ou ratificar, mediante análise dos currículos, os nomes dos professores que integrarão o corpo docente do Curso;

VI – analisar e deliberar sobre as inscrições e matrículas dos candidatos ao Curso;

VII – validar o orientador da monografia ou trabalho de conclusão de curso;

VIII – indicar o Coordenador de Curso que poderá ser o Presidente do Colegiado;

IX – deliberar sobre a abertura de novas turmas em turnos diferenciados;

X – Decidir sobre a exclusão de discentes do Curso, por motivos acadêmicos e disciplinares;

XI – Analisar e deliberar sobre a proposta de novas disciplinas para o Curso.

Art. 8º. São atribuições específicas do Coordenador de Curso, em consonância com o previsto no Regulamento de Pós-Graduação do IFMG:

I – coordenar a execução do Curso, de acordo com as deliberações do Colegiado.

II – supervisionar os trabalhos da Secretaria do Curso, relativos ao registro e controle acadêmicos.

III – elaborar a previsão orçamentária anual do Curso, acompanhar a execução do orçamento aprovado e fazer o relatório de prestação de contas aos Órgãos financiadores.

IV – empreender gestões nos diferentes Órgãos e serviços do IFMG, visando ao bom funcionamento do Curso.

V – elaborar o cronograma das atividades didáticas do Curso e encaminhá-lo à aprovação pelo Colegiado do Curso.

VI – apresentar, anualmente, ao responsável pela Pós-graduação do Campus os relatórios e informações sobre atividades do Curso, concluintes, e os dados necessários para a emissão dos certificados.

VII – enviar à PRPPG, com a devida antecedência, o calendário das principais atividades escolares de cada módulo, semestre, período letivo ou equivalente e demais informações solicitadas.

VIII - Promover entendimentos no sentido de obter recursos humanos e materiais para dar suporte ao bom desenvolvimento do Programa;

IX - Divulgar o calendário letivo do Programa nos meios disponibilizados pelo IFMG;

X - Providenciar a divulgação do edital para o processo seletivo de candidatos ao Programa;

XI - Acompanhar a participação dos discentes nas disciplinas do curso.

CAPÍTULO 4 - DA INSCRIÇÃO, SELEÇÃO E MATRÍCULA

Art. 9º. O informe do processo seletivo para o Curso deverá conter, obrigatoriamente, as seguintes informações:

a) Identificação do curso.

b) Local, horário de atendimento e período para inscrição.

c) Documentos necessários para inscrição.

§ 1° – O Colegiado do Curso de Especialização em Gestão de Negócios do IFMG Ouro Branco é responsável por elaborar Edital que regerá todo o processo de inscrição, seleção e matrícula.

§2° – O Edital de que trata o parágrafo anterior conterá todas as normas para o processo de seleção, sendo ele único e soberano.

Art. 10. A seleção dos candidatos será realizada por uma comissão especial, constituída por professores do Curso de Pós-Graduação, a ser indicada pelo Colegiado do Curso de Pós-graduação.

Art. 11. As inscrições no processo de seleção deverão ser efetuadas de acordo com as normas do edital que regerá o processo e em observância ao Regulamento dos Cursos de Pós-graduação *Lato Sensu* do IFMG, Resolução nº 37 de 10 de dezembro de 2020.

§ 1º O edital do processo de seleção de ingressantes ao curso é de responsabilidade do Colegiado do curso.

§ 2º O candidato deverá apresentar os documentos que serão especificados no respectivo edital.

§ 3º A seleção do candidato ocorrerá com as etapas, avaliações e pontuações estabelecidos no respectivo edital.

Art. 12. O discente ingressante deverá se matricular nas disciplinas ofertadas, de acordo com a matriz curricular do Curso.

Art. 13. Ao término de cada semestre o discente deverá efetuar a renovação de matrícula no Registro Escolar do Campus.

§1º - A falta de renovação de matrícula em um período letivo equivalerá a abandono de curso e desligamento automático do discente.

§2º - Caso o candidato, no ato da inscrição, tenha apresentado apenas a declaração de conclusão do curso superior, será de sua responsabilidade apresentar, no período indicado no ato da matrícula, a cópia autenticada do seu diploma ou atestado de colação de grau.

§3º - O candidato deverá pagar uma taxa de matrícula estipulada pelo Instituto Federal Minas Gerais, quando for o caso.

§4º - Para o recebimento dos certificados dos cursos de especialização, somente será aceito o diploma de graduação devidamente reconhecido pelo MEC, ou equivalente, ainda que, na data da matrícula, o discente tenha entregado documento comprobatório de colação de grau.

Art. 14. Não será admitido o trancamento de matrícula.

CAPÍTULO 5 - DO SISTEMA ACADÊMICO

Art. 15. O sistema acadêmico adotado é de créditos, com matrícula em períodos letivos semestrais, tendo como base a proposição de uma sequência sugerida de estudos.

Art. 16. As disciplinas, bem como o componente curricular Trabalho de Conclusão de Curso previstos no Projeto Pedagógico do Curso, são obrigatórios.

§1º - Cada disciplina terá um valor em créditos sendo que (01) um crédito corresponde a (15) quinze horas de efetiva atividade acadêmica.

§2º - O discente deverá desenvolver um Modelo de Negócios, entregar e defender um Relatório Final Modelo de Negócios como Trabalho de Conclusão de Curso, com a orientação de um professor do curso.

§3º - O Discente terá, no máximo, 15 (quinze) minutos para a defesa do TCC, de modo presencial ou virtual, mediante a presença dos membros da banca examinadora.

§ 4º – A apresentação do TCC é pública, podendo ser assistida por qualquer membro da comunidade.

I – Casos que demandem sigilo, por conter propriedade intelectual, podem solicitar regime especial de defesa.

II – A solicitação deve ser realizada para a Coordenação do Curso e com anuência do professor-orientador.

§ 5º – Se a nota do TCC for inferior a 60% (sessenta por cento) dos pontos, o Discente será reprovado, não sendo permitida a reavaliação.

§ 6º – Se a nota do TCC for igual ou superior a 80% (oitenta por cento) dos pontos, o trabalho deverá ser submetido e autorizada a publicação no Repositório Institucional.

Art. 17. O processo de avaliação de resultados dos discentes durante os semestres será feito através de trabalhos, provas individuais escritas, participação nos debates, fóruns e outras atividades pedagógicas, demandadas pelos professores em suas respectivas disciplinas.

§1º - O rendimento escolar do discente na disciplina será expresso em notas e conceitos, de acordo com a seguinte escala:

A – Excelente: 90 a 100.

B – Bom: 75 a 89.

C – Regular: 60 a 74.

D – Insuficiente: 01 a 59.

E – Nulo: 00.

§2º - Somente serão aprovados nas disciplinas os discentes que obtiverem o conceito mínimo C (aproveitamento mínimo de 60%), bem como a frequência mínima exigida de 75% (setenta e cinco por cento) do total de horas letivas por disciplina.

§3º - Os discentes que forem avaliados em um módulo com nota insuficiente (D), desde que possuam um mínimo de 75% de presença, terão direito à realização de exame especial.

a. O exame especial poderá ser dado em forma de teste ou de trabalho, à escolha do professor do curso.
b. O aluno aprovado no exame especial deverá ter nota registrada para o módulo de 60 pontos.

c. O prazo para a realização do exame especial e lançamento de notas será até o término do respectivo semestre letivo conforme o calendário letivo do Curso.

§4º - O discente reprovado em até uma disciplina no curso, e que não tenha sido reprovado por frequência, poderá ter direito a um sistema de acompanhamento sistemático de estudos, programado pelo professor responsável pela(s) disciplina(s), que, quinzenalmente, repassará atividades de estudo e pesquisa a serem desenvolvidas pelo aluno fora do ambiente de sala de aula (não presencial). A avaliação do aluno será realizada através de provas e/ou trabalhos executados dentro da programação estabelecida pelo professor da disciplina.

§5º - A aplicação desse dispositivo dependerá da especificidade da disciplina, da anuência do professor e da aprovação do Colegiado do Curso.

Art. 18. O discente reprovado duas vezes na mesma disciplina ou acumular duas ou mais reprovações em disciplinas diferentes será desligado do Curso.

Art. 19. Será desligado do curso o discente que não completar todos os requisitos do Curso no prazo máximo de 18 meses.

CAPÍTULO 6 - DO CREDENCIAMENTO

Art. 20. O credenciamento ao exercício de atividades de Pós-Graduação far-se-á por professores do IFMG.

§1º - Entende-se como atividade de Pós-Graduação, o ensino, a pesquisa e a orientação discente em cursos de Pós-Graduação;

§2º - Serão docentes orientadores do Curso os professores que estiverem no exercício pleno das atividades descritas no § 1º deste artigo;

§3º - Docentes não portadores de títulos de Mestre ou Doutor somente poderão atuar em Cursos de Pós-Graduação Lato Sensu se sua qualificação for julgada suficiente pelo Colegiado do Curso.

§4º - O Curso poderá contar com docentes de outras instituições, não podendo, todavia, seu número ultrapassar 1/3 (um terço) do total de docentes vinculados ao IFMG.

CAPÍTULO 7 - DA EMISSÃO DE CERTIFICADOS

Art. 21. O órgão responsável pelo Registro Escolar do IFMG *Campus* Ouro Branco expedirá o certificado a que farão jus os discentes que tiverem obtido aproveitamento suficiente, segundo os critérios de avaliação previamente estabelecidos.

Art. 22. Os certificados de conclusão mencionarão a área de conhecimento do Curso e serão acompanhados do respectivo histórico escolar e constará, obrigatoriamente:

I – relação das disciplinas, carga horária, nota e conceito obtido pelo discente, nome e qualificação dos professores por elas responsáveis;

II – período e local em que o Curso foi realizado e sua duração total, em horas de efetivo trabalho acadêmico;

III – declaração da instituição de que o discente cumpriu todas as exigências regimentais e legais pertinentes.

Art. 23. O certificado será assinado em seu anverso pelo Reitor, pelo Diretor Geral do Campus e pelo discente.

Parágrafo Único. O certificado será assinado no verso pelo responsável pelo Registro Escolar do Campus.

Art. 24. Somente será conferido certificado de Pós-Graduação Lato Sensu ao discente que:

I – Não apresentar pendência com o órgão responsável pelo Registro Escolar ou com qualquer outra instância do Campus Ouro Branco;

II – Alcançar aprovação em todas as disciplinas e componentes curriculares;

III – Obtiver frequência mínima de 75% (setenta e cinco por cento) da carga horária de cada disciplina.

CAPÍTULO 8 - DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 25. Os casos omissos serão resolvidos pelo Colegiado do Curso.

7. ORÇAMENTO DETALHADO

Como o curso será oferecido gratuitamente, não há necessidade de detalhar grande parte desse item, pois não serão captados recursos de mensalidades e as despesas previstas na tabela abaixo serão absorvidas pelo IFMG Campus Ouro Branco.

a) fontes de recursos

PLANO DE APLICAÇÃO DETALHADO DESCRIÇÃO VALOR (R$) %		
Descrição	Valor	%
1. PESSOAL DOCENTE		
Professores do IFMG		
Encargos Sociais		
Professores Colaboradores		
Encargos Sociais		
DESPESAS		
2. TRANSPORTE		
Deslocamento - automóvel - ônibus		
3. HOSPEDAGEM E ALIMENTAÇÃO		
4. DESPESAS ADMINISTRATIVAS		
Despesas secretaria, certificados, telefone e correio	2.000,00	33,33
5. DESPESAS COM PUBLICAÇÃO/DIVULGAÇÃO		
Folders, cartazes, rádio, televisão, jornal e etc	1.500,00	25,00
6. COORDENAÇÃO E SUPERVISÃO		
Coordenação/estágios/supervisão		
7. INFRA-ESTRUTURA		
Salas, energia, água, telefone, etc.		
8. ACERVO BIBLIOGRÁFICO	1.500,00	25,00
9. FUNDO DE PESQUISA		
10. RESERVA TÉCNICA	1.000,00	16,67
11. ALUNOS		
Previsão de nº de alunos	30	
Custo por aluno	200,00	
Total das despesas	6.000,00	100,00

8. INFRAESTRUTURA

Para a operacionalização do curso será disponibilizada pelo IFMG Campus Ouro Branco a seguinte infraestrutura (Bloco Didático).

Quadro 2 – Infraestrutura disponível para operacionalização do Curso

Item	Características	Quantidade
Sala de aula	Capacidade para 50 discentes e equipada com quadro branco, data-show, ventiladores e cortina.	01
Sala de treinamento	Capacidade para 24 discentes e equipadas com quadro branco, data-show, ventiladores e cortina.	01
Laboratórios de informática	Capacidade média de 30 alunos, contendo quadro branco, data-show e computadores com acesso à internet e com configurações e softwares atualizados.	04
Gabinetes de professores	Capacidade para até 10 professores com acesso à internet.	08
Salão de convenções	Capacidade para 174 pessoas.	01
Sala multimeios	Capacidade para 120 pessoas. Sala com lousa digital.	01
Biblioteca	Com acervo atualizado.	01
Elevadores	Capacidade para 9 pessoas (Peso máximo: 675 kg)	02
Áreas de estudos	Capacidade média para 40 discentes.	02
Estacionamento	Área coberta para servidores e convidados (capacidade: 60)	01
Banheiros	Banheiros masculino e feminino, além de adaptados para pessoas com necessidades especiais.	12
Espaços de vivência	Espaços amplos e arejados para convívio social.	01
Equipe	Professores com mestrado e doutorado; Técnicos administrativos (TA).	09 Profs. 01 TA.

Fonte: Comissão

O Bloco Didático está estruturado seguindo as normas de acessibilidade com carteiras adaptáveis, bebedouros, piso tátil, implantação de rampas, além de elevadores, biblioteca reformada e ampliada e espaços de vivência.

Destacam-se, ainda, as ações de sustentabilidade com a instalação de lâmpadas de LED, descarte adequado do lixo eletrônico e do lixo orgânico, com compostagem feita no próprio Campus, desligamento automático de computadores, política de impressão anti-desperdício de papel e sistema eletrônico de informações – SEI.

A Biblioteca José Bernardino dos Reis do IFMG Campus Ouro Branco funciona no horário das 7:00 às 22:00 horas, para atender aos discentes do Curso de Especialização Lato Sensu em Gestão de Negócios.

Possui o acervo bibliográfico em quantitativo conforme o Quadro 3 a seguir.

Quadro 3 - Acervo bibliográfico do IFMG Campus Ouro Branco

CLASSIFICAÇÃO	ÁREA DO CONHECIMENTO	TÍTULOS	EXEMPLARES
004	Ciências Exatas e da Terra	266	3.318
51	Ciências Biológicas	2	12
519.2	Engenharias	203	2794
52	Ciências da Saúde	13	18
53	Ciências Sociais Aplicadas	364	2172
54	Ciências Humanas	354	1792
549	Linguística, Letras e Artes	286	692
TOTAL		1.488	10.798
18	DVDs	7	34
24	CD-ROM	23	353
38	Normas Técnicas (ciências sociais aplicadas)	1	1
TOTAL GERAL		1.519	11.181

O Quadro 3 relaciona o total de títulos e de exemplares por área. A instituição possui uma biblioteca com atualmente 1.519 títulos e 11.181 exemplares, todos tombados junto ao patrimônio, referentes também aos outros cursos ofertados. A gestão do acervo, registro, empréstimos, quantitativos, são realizados por sistema informatizado, que possibilita pesquisa on-line, renovação de empréstimos, reserva de títulos emprestados, o devido controle do acervo.

As evidências poderão ser obtidas por meio de relatórios emitidos pelo sistema da Biblioteca, por consultas diretas no sistema e observação in loco. As bibliografias básica e complementar utilizadas encontram-se especificadas nos ementários das disciplinas. O sistema da biblioteca (Pergamum) controla todo empréstimo do acervo.

Para consecução do curso a equipe de Recursos Humanos envolvida contará com o Coordenador de Curso, um Técnico Administrativo responsável pela secretaria do curso, Professores e Pedagoga.

Para subsidiar as práticas pedagógicas do curso, será utilizado como ambiente virtual de aprendizagem a plataforma Moodle e o programa Microsoft Teams para a realização de encontros síncronos à distância. Vale ressaltar que pretende-se utilizar o percentual de até 20% da carga horária total do curso em atividades à distância, as quais serão elaboradas e

corrigidas pelo próprio professor da disciplina, a exemplo de provas, trabalhos individuais e/ou em grupo, fóruns, entre outras. Como a carga horária total do curso é de 400 horas, e o percentual de EaD permitido é de até 20% da carga horária total, tem-se 80 horas para utilização nesse formato. Essas 80 horas serão utilizadas conforme a conveniência de organização das disciplinas e o calendário letivo.

9. CALENDÁRIO COM O PERÍODO DE INSCRIÇÃO, SELEÇÃO, MATRÍCULA, OFERECIMENTO DO CURSO, ENTREGA E DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Maio a Julho: Período de seleção de candidatos e divulgação dos resultados, e Período de matrícula;

Oferecimento do curso: De SET/2025 a AGO/2026, 2º semestre letivo de 2025, e 1º semestre letivos de 2026, conforme calendário acadêmico a ser aprovado no Colegiado do Curso e no Conselho Acadêmico;

Entrega e defesa de TCC: julho/agosto de 2026.

10. PÚBLICO-ALVO

O Curso de Especialização em Gestão de Negócios destina-se a pessoas (egressos dos cursos de graduação do IFMG – Campus Ouro Branco, gestores, servidores públicos, empreendedores, empresários e membros das comunidades locais) que tenham curso de graduação reconhecido pelo Ministério da Educação e interesse em adquirir ou aprimorar seus conhecimentos nas principais técnicas e ferramentas de gestão empresarial.

11. SISTEMA DE AVALIAÇÃO E ACOMPANHAMENTO DO PROCESSO ENSINO/APRENDIZAGEM

A avaliação dos conhecimentos, habilidades e competências dos discentes, adquiridos em cada semestre do Curso, é processual e diagnóstica, o que significa que ela será:

- permanente, por meio do acompanhamento sistemático e contínuo de todo o processo de desenvolvimento do discente no tocante à aquisição de novos conhecimentos, habilidades e competências gerenciais; e
- diagnóstica, na medida em que possibilite ao discente conhecer o nível de desempenho alcançado em cada etapa do processo de ensino-aprendizagem. O diagnóstico é importante porque permite aos professores uma orientação adequada quanto às atividades acadêmicas a serem realizadas pelo discente para que se atinja o percentual de desempenho desejado.

Dentre os instrumentos e procedimentos a serem adotados no processo avaliativo durante o Curso estão:

- Avaliações escritas (provas, testes e exames).
- Trabalhos em grupo ou individuais.
- Análise de texto escrito ou oral (artigos, relatórios, seminários, monografias).
- Análise de experimentos e atividades práticas (atividades em laboratório, visitas técnicas, simulações, dentre outras).
- Relatórios de estudo de casos.
- Fichas de observação.
- Formulários de autoavaliação.
- Mapas conceituais.
- Outros julgados como pertinentes pelos professores.

Salienta-se que a escolha deverá estar em consonância com o que indica a Lei nº. 9.394/96, ou seja, devem ser considerados aspectos qualitativos sobre os quantitativos. Tais instrumentos devem ser expostos e discutidos junto aos discentes no início de cada disciplina, respeitando o calendário escolar do semestre letivo vigente.

No Quadro 4, apresenta-se a síntese da avaliação da aprendizagem a ser utilizada no Curso de Especialização em Gestão de Negócios ofertado pelo IFMG Campus Ouro Branco.

Quadro 4 - Critérios de avaliação do aprendizado

Itens	Critérios de avaliação
Distribuição de pontos:	Serão distribuídos 100 pontos em cada disciplina no semestre.
Promoção:	Estará aprovado na disciplina o discente que obtiver nota igual ou superior a 60 (sessenta) pontos e tiver, no mínimo, 75% de frequência da carga horária prevista.
Recuperação final:	Somente para discentes que tenham frequência mínima de 75% da carga horária da disciplina. • O exame de recuperação será realizado no período oficializado pelo calendário escolar. Será atribuído o valor de 100 pontos e abordará todo o conteúdo da disciplina. • Prevalecerá entre a nota desse exame e a nota anterior, a maior delas. Se a nota obtida no exame de recuperação final for igual ou maior que 60 pontos, o discente será aprovado.
Reprovação:	Considerar-se-á reprovado na disciplina o discente que: • tiver frequência inferior a 75% da carga horária da disciplina; e/ou obtiver, • após o processo de recuperação final, nota inferior a 60 (sessenta) pontos na disciplina. O discente que for reprovado em alguma disciplina deverá cursá-la na próxima oportunidade que o curso a ofertar.

Fonte: Comissão e Regimento de Ensino do IFMG.

De acordo com o Regimento de Ensino do IFMG e com o Regimento Interno do Campus, a verificação do desempenho acadêmico compreenderá a frequência às aulas e o rendimento do discente. O rendimento acadêmico do discente será aferido por uma escala de zero (0) a cem (100). A distribuição dos pontos será realizada respeitando aos dispositivos legais acima citados, com diversas formas de atividades avaliativas. O número e o tipo de atividades avaliativas previstos em cada disciplina serão estabelecidos pelo professor, desde que respeitado o Projeto Pedagógico do Curso (PPC).

O conteúdo programático e os critérios de avaliação deverão ser apresentados no início da disciplina e avaliados permanentemente pelo docente e discente, tendo em vista o aprimoramento constante do processo ensino-aprendizagem. No decorrer do Curso, este projeto pedagógico será analisado pelo Colegiado do Curso quanto à pertinência, à coerência, à coesão e à consistência dos componentes curriculares, articulados do ponto de vista do

trabalho assumido como princípio educativo, contemplando as necessárias bases conceituais e metodológicas ofertadas.

A Comissão Permanente de Avaliação – CPA local promoverá, semestralmente, as autoavaliações com o objetivo de melhoria contínua e desenvolvimento do Curso, dos docentes e da Instituição. Portanto, enfatiza-se a participação de todos no processo.

Os resultados obtidos serão apresentados nas reuniões do Colegiado do Curso em que se analisará, em conjunto, a avaliação do Curso e as avaliações gerais das disciplinas. Os problemas identificados servirão de base para a proposição de ações que visem à eficácia do processo de ensino-aprendizagem. Desse modo, acredita-se numa avaliação contínua e frequente dos discentes, dos docentes e do Curso em si, o que possibilitará atualizações e adequações constantes para atender às mudanças necessárias ao programa.

12. PERFIL PROFISSIONAL DO EGRESSO

Após a conclusão do Curso, espera-se que os Especialistas em Gestão de Negócios estejam preparados para atuar, de forma ética e profissional, na gestão de micro, pequenas, médias e grandes empresas, públicas ou privadas, inclusive em negócios próprios e no terceiro setor. Espera-se aprimorar o perfil profissional do egresso com o conhecimento e o domínio de ferramentas gerenciais das diversas áreas da Administração e com o desenvolvimento da capacidade de análise e solução de problemas com base no uso de tecnologias e métodos científicos.

13. COMPETÊNCIAS E HABILIDADES

Espera-se ao final da Especialização que os discentes estejam capacitados a(s) para:

- Prospectar soluções e negócios inovadores que contribuam para o desenvolvimento econômico, tecnológico e social da região e do país.
- Implementar modelos de gestão orientados para o crescimento e desenvolvimento organizacionais.
- Elaborar estratégias de inovação de produtos e processos organizacionais.
- Conduzir a gestão estratégica do negócio de maneira empreendedora e sistêmica.
- Liderar equipes multifuncionais com atuação eficaz na solução de conflitos.

- Mapear e trabalhar com tecnologias emergentes que contribuam para o desempenho otimizado dos processos administrativos e operacionais.
- Desenvolver e manter marketing de relacionamento com os clientes.
- Acompanhar os resultados financeiros do negócio de maneira assertiva e dinâmica.

14. CONTROLE DE FREQUÊNCIA

Será utilizado o critério da frequência diária por aula ministrada controlado pelo portal "Meu IFMG".

A frequência do discente será realizada pelo professor da disciplina durante a aula por meio de lista de presença ou eletronicamente com chamada nominal. As presenças serão atualizadas no sistema para acompanhamento da frequência às aulas ministradas no semestre.

A contabilização da frequência dos componentes curriculares à distância ofertados no Curso será estabelecida de acordo com o cumprimento do conjunto de atividades e avaliações propostas no ambiente virtual, além da presença do discente em encontros e avaliações presenciais obrigatórios, realizados pelo Curso.

15. REQUISITOS PARA A CONCLUSÃO

Será considerado aprovado o discente que satisfizer as seguintes condições mínimas:

1. Defender e obter aprovação do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em banca avaliadora;
2. Obtiver o mínimo de 75% (setenta e cinco por cento) de frequência da carga horária de cada uma das disciplinas do curso;
3. Obtiver rendimento igual ou superior a 60% (sessenta por cento) em cada uma das disciplinas do curso.

Não será permitido o abono de faltas, salvo nos casos previstos no Decreto-Lei nº 715/1969, Decreto nº 85.587/1980 e Decreto nº 10.861/2004. Nestes casos, os discentes que fizerem jus ao abono deverão fazer a solicitação junto ao Setor de Registro e Controle Acadêmico em até 2 (dois) dias úteis contados a partir da data de término do afastamento, anexando a documentação comprobatória.

Em relação ao trabalho de conclusão de curso, deverá desenvolver um Produto Técnico: Modelo de Negócio Aplicado.

O Trabalho de Conclusão de Curso deverá ser desenvolvido individual ou dupla, sob orientações de docentes do curso e a cada semestre letivo procederá a estruturação, a entrega e a defesa de partes dentro das disciplinas Projeto de Negócios I (1º Semestre), Projeto de Negócios II (2º Semestre) e do componente curricular Trabalho de Conclusão de Curso (2º semestre). De acordo com etapas descritas no Quadro 5.

Quadro 5 – Processo de Elaboração e Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso

Semestre	Etapas e processos a serem desenvolvidos
1º	- Desenvolvimento de ideias. - Pré-incubação até o planejamento do MVP. - Defesa do Projeto I.
2º	- Testagem e avaliação do MVP. - Desenvolver plano de negócios para solicitação de financiamento para investimentos. - Escrever relatório final do Modelo de Negócio Aplicado. - Defesa final do Trabalho de Conclusão do Curso.

Serão orientadas a utilização de metodologias ágeis como Design Thinking, Lean Startup, Scrum, Canvas da Proposta de Valor, Modelo de Negócios Canvas e o Canvas MVP, todas apoiadas por pesquisas. Também será estabelecido que os discentes testem o MVP e que na defesa do TCC apresentem o projeto final. Haverá interação com o ambiente de inovação Ouro Hub, que poderá fazer a prospecção de projetos para pré-incubação ou incubação.

16. CARGA HORÁRIA DEDICADA AO CURSO DE CADA PROFISSIONAL ENVOLVIDO, COM INDICAÇÃO DE SEU PERCENTUAL EM RELAÇÃO À CARGA HORÁRIA TOTAL DO CURSO

DOCENTE	C.H	% C.H	C.H TOTAL DO CURSO
Pedro Xavier da Penha	30	7,5	400
Gérber Lúcio Leite	30	7,5	400
Joaquim Eduardo de Moura	30	7,5	400
Demétrius Gonçalves	30	7,5	400
Egberto Lucena Teles	35	7,5	400
Thiago Ferreira Quilice	90	22,5	400
Juliane de Almeida Ribeiro	40	10,0	400
Cleiton Martins Duarte da Silva	90	22,5	400
Paulo Henrique de Oliveira	30	7,5	400

17. CERTIFICAÇÃO

Ao aluno que concluir, com êxito, todas os componentes curriculares da matriz curricular do curso, obtendo aproveitamento mínimo de 60% (sessenta por cento) e também frequência mínima de 75% (setenta e cinco por cento), por disciplina cursada, será concedido o Certificado de Especialização Lato Sensu em Gestão de Negócios, com validade em todo o território nacional.

18. DEMAIS NORMAS DE FUNCIONAMENTO

A avaliação dos conhecimentos, habilidades e competências dos discentes, adquiridos em cada semestre do Curso, é processual e diagnóstica, o que significa que ela será:

- ✓ permanente, por meio do acompanhamento sistemático e contínuo de todo o processo de desenvolvimento do discente no tocante à aquisição de novos conhecimentos, habilidades e competências gerenciais; e
- ✓ diagnóstica, na medida em que possibilite ao discente conhecer o nível de desempenho alcançado em cada etapa do processo de ensino-aprendizagem. O diagnóstico é importante porque permite aos professores uma orientação adequada quanto às atividades acadêmicas a serem realizadas pelo discente para que se atinja o

percentual de desempenho desejado. Dentre os instrumentos e procedimentos a serem adotados no processo avaliativo durante o Curso estão:

- Avaliações escritas (provas, testes e exames).
- Trabalhos em grupo ou individuais.
- Análise de texto escrito ou oral (artigos, relatórios, seminários, monografias).
- Análise de experimentos e atividades práticas (atividades em laboratório, visitas técnicas, simulações, dentre outras).
- Relatórios de estudo de casos.
- Fichas de observação.
- Formulários de autoavaliação.
- Mapas conceituais.
- Outros julgados como pertinentes pelos professores.

Salienta-se que a escolha deverá estar em consonância com o que indica a Lei nº. 9.394/96, ou seja: devem ser considerados aspectos qualitativos sobre os quantitativos. Tais instrumentos devem ser expostos e discutidos junto aos discentes no
início de cada disciplina, respeitando o calendário escolar do semestre letivo vigente.

De acordo com o Regimento de Ensino do IFMG e com o Regimento Interno do Campus, a verificação do desempenho acadêmico compreenderá a frequência às aulas e o rendimento do discente. O rendimento acadêmico do discente será aferido por uma escala de zero (0) a cem (100). A distribuição dos pontos será realizada respeitando aos dispositivos legais acima citados, com diversas formas de atividades avaliativas. O número e o tipo de atividades avaliativas previstos em cada disciplina serão estabelecidos pelo professor, desde que respeitado o Projeto Pedagógico do Curso (PPC).

O conteúdo programático e os critérios de avaliação deverão ser apresentados no início da disciplina e avaliados permanentemente pelo docente e discente, tendo em vista o aprimoramento constante do processo ensino-aprendizagem. No decorrer do Curso, este projeto pedagógico será analisado pelo Colegiado do Curso quanto à pertinência, à coerência, à coesão e à consistência dos componentes curriculares, articulados do ponto de vista do trabalho assumido como princípio educativo, contemplando as necessárias bases conceituais e metodológicas ofertadas.

A Comissão Permanente de Avaliação – CPA local promoverá, semestralmente, as autoavaliações com o objetivo de melhoria contínua e desenvolvimento do Curso, dos docentes e da Instituição. Portanto, enfatiza-se a participação de todos
no processo.

Os resultados obtidos serão apresentados nas reuniões do Colegiado do Curso em que se analisará, em conjunto, a avaliação do Curso e as avaliações gerais das disciplinas. Os problemas identificados servirão de base para a proposição de ações que visem à eficácia do processo de ensino-aprendizagem. Desse modo, acredita-se numa avaliação contínua e frequente dos discentes, dos docentes e do Curso em si, o que possibilitará atualizações e adequações constantes para atender às mudanças necessárias ao programa.