



Manual
DO PROFESSOR

Introdução

Por muito tempo, a educação profissional foi desprezada e considerada de segunda classe. Atualmente, a opção pela formação técnica é festejada, pois alia os conhecimentos do “saber fazer” com a formação geral do “conhecer” e do “saber ser”; é a formação integral do estudante.

O livro didático é uma ferramenta para a formação integral, pois alia o instrumental para aplicação prática com as bases científicas e tecnológicas, ou seja, permite aplicar a ciência em soluções do dia a dia.

Além do livro, compõe esta formação do técnico o preparo do professor e de campo, o estágio, a visita técnica e outras atividades inerentes a cada plano de curso. Dessa forma, a obra, com sua estruturação pedagogicamente elaborada, é uma ferramenta altamente relevante, pois é fio condutor dessas atividades formativas.

O livro está contextualizado com a realidade, as necessidades do mundo do trabalho, os arranjos produtivos, o interesse da inclusão social e a aplicação cotidiana. Essa contextualização elimina a dicotomia entre atividade intelectual e atividade manual, pois não só prepara o profissional para trabalhar em atividades produtivas, mas também com conhecimentos e atitudes, com vistas à atuação política na sociedade. Afinal, é desejo de todo educador formar cidadãos produtivos.

Outro valor pedagógico que acompanha a obra é o fortalecimento mútuo da formação geral e da formação específica (técnica). O Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM) tem demonstrado que os alunos que estudam em um curso técnico tiram melhores notas, pois ao estudar para resolver um problema prático ele aprimora os conhecimentos da formação geral (química, física, matemática, etc.); e ao contrário, quando estudam uma disciplina geral passam a aprimorar possibilidades da parte técnica.

Pretendemos contribuir para resolver o problema do desemprego, preparando os alunos para atuar na área científica, industrial, de transações e comercial, conforme seu interesse. Por outro lado, preparamos os alunos para ser independentes no processo formativo, permitindo que trabalhem durante parte do dia no comércio ou na indústria e prossigam em seus estudos superiores no contraturno. Dessa forma, podem constituir seu itinerário formativo e, ao concluir um curso superior, serão robustamente formados em relação a outros, que não tiveram a oportunidade de realizar um curso técnico.

Por fim, esse livro pretende ser útil para a economia brasileira, aprimorando nossa força produtiva ao mesmo tempo em que dispensa a importação de técnicos estrangeiros para atender às demandas da nossa economia.

Educação Profissional

A Educação Profissional e Tecnológica se configura como uma importante estrutura para que todas as pessoas tenham efetivo acesso às conquistas profissionais científicas e tecnológicas. Esse é o elemento diferencial que está na gênese da constituição de uma identidade social particular para os agentes e instituições envolvidos nesse contexto, cujo fenômeno é decorrente da história, do papel e das relações que a Educação Profissional e Tecnológica estabelece com a ciência e a tecnologia, o desenvolvimento regional e local e com o mundo do trabalho e dos desejos de transformação dos atores envolvidos. Parte integrante de um projeto de desenvolvimento nacional que busca consolidar-se como soberano, sustentável e inclusivo, a Educação Profissional e Tecnológica atende às novas configurações do mundo do trabalho, e, igualmente, contribui para a elevação da escolaridade dos trabalhadores.

Formação Inicial e Continuada (FIC)

Segundo o *Guia de Cursos FIC* elaborado pelo Ministério da Educação (MEC), o programa instituído no dia 26 de outubro pela Lei nº 12.513/2011 compreende a mais ambiciosa e compreensiva reforma já realizada na Educação Profissional e Tecnológica (EPT) brasileira. Com a meta de oferecer 8 milhões de vagas a estudantes, trabalhadores diversos, pessoas com deficiência e beneficiários dos programas federais de transferência de renda. O programa conta com cinco objetivos estratégicos. São eles:

- Expandir, interiorizar e democratizar a oferta presencial e a distância de Cursos Técnicos e de Formação Inicial e Continuada (FIC).
- Fomentar e apoiar a expansão da rede física de atendimento da EPT.
- Contribuir para a melhoria da qualidade do ensino médio público, por meio da articulação com a educação profissional.
- Ampliar as oportunidades educacionais dos trabalhadores por meio do incremento da formação e qualificação profissional.
- Estimular a difusão de recursos pedagógicos para apoiar a oferta de cursos de EPT.

Aos trabalhadores são oferecidos os cursos FIC com duração de 160 horas ou mais e são organizados em 13 eixos tecnológicos. Os cursos são relacionados pelo Ministério da Educação por meio do *Guia de Cursos FIC* que representa mais do que o cumprimento de uma obrigação formal, mas a consolidação – em escala nacional – de uma estratégia de desenvolvimento que se recusa a desvincular a qualificação profissional de trabalhadores da elevação da escolaridade. Dessa forma é acima de tudo o instrumento de consolidação de uma política pública visando a aproximar o mundo do trabalho ao universo da educação – um instrumento não tão somente de fomento ao desenvolvimento profissional, mas também e, acima de tudo, de inclusão e de promoção do exercício da cidadania.

Eixos tecnológicos presentes no guia de cursos FIC:

- **Ambiente e Saúde:** compreende cursos associados à melhoria da qualidade de vida, à preservação e utilização da natureza e ao desenvolvimento e inovação do aparato tecnológico de suporte e atenção à saúde.
- **Desenvolvimento Educacional e Social:** compreende cursos de relacionados ao planejamento, execução, controle e avaliação de funções de apoio pedagógico e administrativo em escolas públicas, privadas e demais instituições. São funções que tradicionalmente apoiam e complementam o desenvolvimento da ação educativa intra e extraescolar.
- **Controle e Processos Industriais:** compreende cursos associados aos processos mecânicos, eletroeletrônicos e físico-químicos.
- **Gestão e Negócios:** compreende cursos associados aos instrumentos, técnicas e estratégias utilizadas na busca da qualidade, produtividade e competitividade das organizações.
- **Turismo, Hospitalidade e Lazer:** compreende cursos relacionados aos processos de recepção, viagens, eventos, serviços de alimentação, bebidas, entretenimento e interação.
- **Informação e Comunicação:** compreende cursos relacionados à comunicação e processamento de dados e informações.
- **Infraestrutura:** compreende cursos relacionados à construção civil e ao transporte.
- **Militar:** compreende cursos relacionados à formação do militar, como elemento integrante das organizações militares que contribuem para o cumprimento da missão constitucional das Forças Armadas.
- **Produção Alimentícia:** compreende cursos relacionados ao beneficiamento e à industrialização de alimentos e bebidas.
- **Produção Cultural e Design:** compreende cursos relacionados com representações, linguagens, códigos e projetos de produtos, mobilizadas de forma articulada às diferentes propostas comunicativas aplicadas.
- **Produção Industrial:** compreende cursos relacionados aos processos de transformação de matéria-prima, substâncias puras ou compostas, integrantes de linhas de produção específicas.
- **Recursos Naturais:** compreende cursos relacionados à produção animal, vegetal, mineral, aquícola e pesqueira.
- **Segurança:** compreende cursos direcionados à prevenção, à preservação e à proteção dos seres vivos, dos recursos ambientais, naturais e do patrimônio que contribuam para a construção de uma cultura de paz, de cidadania e de direitos humanos nos termos da legislação vigente.

Elaboração dos Livros Didáticos Técnicos

Devido ao fato do ensino técnico e profissional ter sido renegado a segundo plano por muitos anos, a bibliografia para diversas áreas é praticamente inexistente. Muitos docentes se veem obrigados a utilizar e adaptar livros que foram escritos para a graduação. Estes compêndios, às vezes traduções de livros estrangeiros, são usados para vários cursos superiores. Por serem inacessíveis à maioria dos alunos por conta de seu custo, é comum que professores preparem apostilas a partir de alguns de seus capítulos.

Tal problema é agravado quando falamos dos alunos que estão afastados das salas de aula há muitos anos e veem na Educação Profissional uma oportunidade de retomar os estudos e ingressar no mercado profissional.

O Livro Didático Técnico e o Processo de Avaliação

O termo avaliar tem sido constantemente associado a expressões como: realizar prova, fazer exame, atribuir notas, repetir ou passar de ano. Nela a educação é concebida como mera transmissão e memorização de informações prontas e o aluno é visto como um ser passivo e receptivo.

Avaliação educacional é necessária para fins de documentação, geralmente para embasar objetivamente a decisão do professor ou da escola, para fins de progressão do aluno.

O termo avaliação deriva da palavra valer, que vem do latim *vālêre*, e refere-se a ter valor, ser válido. Conseqüentemente, um processo de avaliação tem por objetivo averiguar o "valor" de determinado indivíduo.

Mas precisamos ir além.

A avaliação deve ser aplicada como instrumento de compreensão do nível de aprendizagem dos alunos em relação aos conceitos estudados (conhecimento), em relação ao desenvolvimento de criatividade, iniciativa, dedicação e princípios éticos (atitude) e ao processo de ação prática com eficiência e eficácia (habilidades). Assim, o livro didático ajuda, sobretudo para o processo do conhecimento e também como guia para o desenvolvimento de atitudes. As habilidades, em geral, estão associadas a práticas laboratoriais, atividades complementares e estágios.

A avaliação é um ato que necessita ser contínuo, pois o processo de construção de conhecimentos pode oferecer muitos subsídios ao educador para perceber os avanços e dificuldades dos educandos e, assim, rever a sua prática e redirecionar as suas ações, se necessário. Em cada etapa registros são feitos. São os registros feitos ao longo do processo educativo, tendo em vista a compreensão e a descrição dos desempenhos das aprendizagens dos estudantes, com possíveis demandas de intervenções, que caracterizam o processo avaliativo, formalizando, para efeito legal, os progressos obtidos.

Nesse processo de aprendizagem deve-se manter a interação entre professor e aluno, promovendo o conhecimento participativo, coletivo e construtivo. A avaliação deve ser um processo natural que acontece para que o professor tenha uma noção dos conteúdos assimilados pelos alunos, bem como saber se as metodologias de ensino adotadas por ele estão surtindo efeito na aprendizagem.

Avaliação deve ser um processo que ocorre dia após dia, visando à correção de erros e encaminhando o aluno para aquisição dos objetivos previstos. A essa correção de rumos, nós chamamos de avaliação formativa, pois serve para retomar o processo de ensino/aprendizagem, mas com novos enfoques, métodos e materiais. Ao usar diversos tipos de avaliações combinadas para fim de retroalimentar o ensinar/aprender, de forma dinâmica, concluímos que se trata de um “processo de avaliação”.

O resultado da avaliação deve permitir que o professor e o aluno dialoguem, buscando encontrar e corrigir possíveis erros, redirecionando-o e mantendo a motivação para o progresso, sugerindo novas formas de estudo para melhor compreensão dos assuntos abordados.

Se ao fazer avaliações contínuas, percebermos que um aluno tem dificuldade em assimilar conhecimentos, atitudes e habilidades, então devemos mudar o rumo das coisas. Quem sabe fazer um reforço da aula, com uma nova abordagem ou com outro colega professor, em um horário alternativo, podendo ser em grupo ou só, assim por diante. Pode ser ainda que a aprendizagem daquele tema seja facilitada ao aluno fazendo práticas discursivas, escrever textos, uso de ensaios no laboratório, chegando à conclusão que esse aluno necessita de um processo de ensino/aprendizagem que envolva ouvir, escrever, falar e até mesmo praticar o tema.

Se isso acontecer, a avaliação efetivamente é formativa.

Nesse caso, a avaliação está integrada ao processo de ensino/aprendizagem, e esta, por sua vez, deve envolver o aluno, ter um significado com o seu contexto, para que realmente aconteça. Como a aprendizagem se faz em processo, ela precisa ser acompanhada de retornos avaliativos visando a fornecer os dados para eventuais correções.

Para o uso adequado do livro recomendamos utilizar diversos tipos de avaliações, cada qual com pesos e frequências de acordo com perfil de docência de cada professor. Podem ser usadas as tradicionais provas e testes, mas procurar fugir de sua soberania, mesclando com outras criativas formas.

Avaliação e Progressão

Para efeito de progressão do aluno, o docente deve sempre considerar os avanços alcançados ao longo do processo e, para tanto, perguntar se: O aluno progrediu em relação ao seu patamar anterior? O aluno progrediu em relação às primeiras avaliações? Respondidas a essas questões, volta a perguntar-se: O aluno apresentou progresso suficiente para acompanhar a próxima etapa? Dessa forma, o professor e a escola podem embasar o deferimento da progressão do estudante.

Com isso, superamos a antiga avaliação conformadora em que eram exigidos padrões iguais para todos os “formandos”.

Nossa proposta significa, conceitualmente, que ao estudante é dado o direito, pela avaliação, de verificar se deu um passo a mais em relação às suas competências. Os diversos estudantes terão desenvolvimentos diferenciados, medidos por um processo avaliativo que incorpora esta possibilidade. Aqueles que acrescentaram progresso em seus conhecimentos, atitudes e habilidades estarão aptos a progredir.

A base para a progressão, nesse caso, é o próprio aluno.

Todos têm o direito de dar um passo a mais. Pois um bom processo de avaliação oportuniza justiça, transparência e qualidade.

Tipos de Avaliação

Existem inúmeras técnicas avaliativas, não existe uma mais adequada, o importante é que o docente conheça várias técnicas para poder ter um conjunto de ferramentas a seu dispor e escolher a mais adequada dependendo da turma, faixa etária, perfil entre outros fatores.

Avaliação se torna ainda mais relevante quando os alunos se envolvem na sua própria avaliação.

A avaliação pode incluir:

1. Observação.
2. Ensaios.
3. Entrevistas.
4. Desempenho nas tarefas.
5. Exposições e demonstrações.
6. Seminários.
7. Portfólio: Conjunto organizado de trabalhos produzidos por um aluno ao longo de um período de tempo.
8. Elaboração de jornais e revistas (físicos e digitais).
9. Elaboração de projetos.
10. Simulações.
11. O pré-teste.
12. A avaliação objetiva.
13. A avaliação subjetiva.
14. Autoavaliação.
15. Autoavaliação de dedicação e desempenho.

16. Avaliações interativas.
17. Prática de exames.
18. Participação em sala de aula.
19. Participação em atividades.
20. Avaliação em conselho pedagógico – que inclui reunião para avaliação discente pelo grupo de professores.

No livro didático as “atividades”, as “dicas” e outras informações destacadas poderão resultar em avaliação de atitude, quando cobrado pelo professor em relação ao “desempenho nas tarefas”. Poderão resultar em avaliações semanais de autoavaliação de desempenho se cobrado oralmente pelo professor para o aluno perante a turma.

Enfim, o livro didático, possibilita ao professor extenuar sua criatividade em prol de um processo avaliativo retroalimentador ao processo ensino/aprendizagem para o desenvolvimento máximo das competências do aluno.

Objetivos da Obra

Além de atender às peculiaridades citadas anteriormente, o livro está de acordo com o *Guia de Cursos FIC*. Busca o desenvolvimento das habilidades por meio da construção de atividades práticas, fugindo da abordagem tradicional de descontextualizado acúmulo de informações. Está voltado para um ensino contextualizado, mais dinâmico e com o suporte da interdisciplinaridade. Visa também à ressignificação do espaço escolar, tornando-o vivo, repleto de interações práticas, aberto ao real e às suas múltiplas dimensões.

O livro está organizado em capítulos, graduando as dificuldades, em uma linha lógica de aprendizagem. Há exercícios e atividades complementares, úteis e necessárias para o aluno descobrir, fixar e aprofundar os conhecimentos e as práticas desenvolvidos no capítulo.

A obra apresenta diagramação colorida e diversas ilustrações, de forma a ser agradável e instigante ao aluno. Afinal, livro técnico não precisa ser impresso em um sisudo preto e branco para ser bom. Ser difícil de manusear e pouco atraente é o mesmo que ter um professor dando aula de cara feia permanentemente. Isso é antididático.

O livro servirá também para a vida profissional pós-escolar, pois o técnico sempre necessitará consultar detalhes, tabelas e outras informações para aplicar em situação real. Nesse sentido, o livro didático técnico passa a ter função de manual operativo ao egresso.

Neste manual do professor apresentamos:

- Respostas e alguns comentários sobre as atividades propostas.
- Considerações sobre a metodologia e o projeto didático.
- Sugestões para a gestão da sala de aula.
- Uso do livro.
- Atividades em grupo.
- Laboratório.
- Projetos.

A seguir, são feitas considerações sobre cada capítulo, com sugestões de atividades suplementares e orientações didáticas. Com uma linguagem clara, o manual contribui para a ampliação e exploração das atividades propostas no livro do aluno. Os comentários sobre as atividades e seus objetivos trazem subsídios à atuação do professor. Além disso, apresentam-se diversos instrumentos para uma avaliação coerente com as concepções da obra.

Referências Bibliográficas Gerais

FREIRE, P. *Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa*. São Paulo: Paz e Terra, 1997.

FRIGOTTO, G. (Org.). *Educação e trabalho: dilemas na educação do trabalhador*. 5. ed. São Paulo: Cortez, 2005.

BRASIL. *LDB 9394/96*. Disponível em: <<http://www.mec.gov.br>>. Acesso em: 20 fev. 2018.

LUCKESI, C. C. *Avaliação da aprendizagem na escola: reelaborando conceitos e recriando a prática*. Salvador: Malabares Comunicação e Eventos, 2003.

PERRENOUD, P. *Avaliação: da excelência à regulação das aprendizagens – entre duas lógicas*. Porto Alegre: Artes Médicas Sul, 1999.

ÁLVAREZ MÉNDEZ, J. M. *Avaliar para conhecer: examinar para excluir*. Porto Alegre: Artmed, 2002.

SHEPARD, L. A. *The role of assessment in a learning culture*. Paper presented at the Annual Meeting of the American Educational Research Association. Available at: <<http://www.aera.net/meeting/am2000/wrap/praddr01.htm>>.



Orientações AO PROFESSOR

ÉTICA, EMPREENDEDORISMO
E LIDERANÇA

Objetivos gerais

O livro apresenta conceitos relacionados à ética e relações humanas, e por intermédio de uma abordagem construtiva pretende proporcionar ao aluno exemplos práticos.

Enfim, o livro *Ética, empreendedorismo e liderança* é uma obra que traz aspectos atuais sobre a gestão de negócios e suas estratégias de mercado de trabalho, bem como sugere postura para o empreendedor dirigir seu negócio com êxito. A publicação é composta por cinco capítulos, pelos quais o aluno-leitor é conduzido por uma linguagem agradável e aplicada às ferramentas do universo empreendedor.

Assim, o conteúdo está estruturado para fundamentar a ética profissional e as relações humanas, entretanto, é essencial a discussão de fundamentos elementares que possibilitem a compreensão de aspectos conceituais do campo da filosofia e sociologia, relacionada ao comportamento ético do indivíduo e suas relações com o ambiente profissional, oferecendo-lhes uma reflexão contextualizada de mundo e das organizações de trabalho.

Objetivos do material didático

- Entender o porquê de se estudar o empreendedorismo.
- Saber empreender.
- Saber o que é um empreendedor.
- Conhecer o planejamento e a ação empreendedora, como a comunicação e planejamento.
- Empregar o *marketing* e o empreendedorismo.
- Trabalhar o sucesso profissional: o autoconhecimento.
- Compreender a ética e o mundo do trabalho.

Princípios pedagógicos

A obra apresenta uma linguagem didática sobre o comportamento ético do indivíduo e suas relações com o ambiente, oferecendo uma reflexão contextualizada de mundo. Assim, o aluno é convidado a refletir sobre esse comportamento em sociedade, ampliando o seu entendimento sobre a ética, bem como suas relações humanas, profissionais e empresariais de modo a propiciar uma compreensão prática do tema principal do estudo.

Portanto, o livro está baseado no constante relacionamento entre a legislação vigente (conhecimento teórico) e a sua aplicação (conhecimento prático), apresentando-se o embasamento legal e, em seguida, exemplos práticos que ilustram o conceitual exposto. O livro também apresenta, ao final de cada capítulo, um conjunto de exercícios cujos objetivos é o reforço e a fixação do aprendizado.

Articulação do conteúdo

O professor poderá articular o conteúdo trabalhado no livro com professores de outras áreas, tais como: história, buscando uma retrospectiva que auxilie no entendimento e caracterização da ética; sociologia, onde poderão ser discutidas as questões relacionadas às relações de trabalho, entre outras.

Sugestão de leitura

CAMARGO, M. *Fundamentos da ética geral e profissional*. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

CHIAVENATO, I. *Empreendedorismo*. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

COBRA, M. *Administração de marketing no Brasil*. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

COSTA, E. S. *Gestão de pessoas*. 1. ed. Curitiba: Editora do Livro Técnico, 2010.

DORNELAS, J. C. A. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

FARAH, O. E. *Empreendedorismo estratégico: criação e gestão de pequenas empresas*. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

MATTAR, F. N. *Pesquisa de marketing 1: metodologia, planejamento*. São Paulo: Atlas, 2003.

MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. *Safári de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico*. Tradução Nivaldo Montingelli Jr. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

OLIVEIRA, D. de P. R. de. *Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas*. 14. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SARTRE, J. P. *O ser e o nada: ensaio de ontologia fenomenológica*. 13. ed. Petrópolis: Vozes, 2005.

SCHUMPETER, J. *A teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e ciclo econômico*. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SOUZA, M. G. *Neoconsumidor: digital, multicanal e global*. 1. ed. São Paulo: GS&MD, 2009.

Sugestão de planejamento

O livro *Ética, empreendedorismo e liderança* é composto por cinco capítulos, e apresenta suas respectivas contextualizações técnicas, direcionadas a aprimorar os aspectos atuais sobre a gestão de negócios e suas estratégias de mercado em conformidade com a construção das competências básicas de cursos de Qualificação.

Assim, este manual foi elaborado para dar suporte ao livro. Para tanto, o professor pode adequar o conteúdo em função da carga horária disponível para o curso e inserir atividades complementares nos momentos em que perceber essa necessidade.

Capítulo 1 – Por que estudar empreendedorismo

Objetivos

- Saber o que é empreender; o que é um empreendedor.
- Entender o que é empreendedorismo.

Atividades

Leitura e discussão dos textos do capítulo; resolução e correção das atividades e realização de debates sobre os temas em destaque. Também, sugerimos o livro *Cartas ao jovem empreendedor*, de Ozires Silva, que relata a saga da construção da Embraer.

Capítulo 2 – O planejamento e a ação empreendedora

Objetivos

- Saber sobre a comunicação.
- Introduzir o planejamento.

Atividades

Além das atividades do capítulo, o professor pode sugerir pesquisas em *sites* confiáveis a respeito do tema central, bem como um “bate-papo” sobre assuntos relevantes quanto ao planejamento e à comunicação, por exemplo, a etimologia da palavra, o termo **comunicação** deriva do verbo em latim *communicare* que significa partilhar algo a alguém ou tornar comum determinado assunto. Mas e no dia a dia do aluno, o que significa comunicação? Sugira um texto a respeito.

Capítulo 3 – O marketing e o universo empreendedor

Objetivos

- Entender o que é *marketing*.
- Identificar empreendedorismo.

Atividades

Para enriquecer ainda mais o conteúdo desse capítulo, o professor pode sugerir/convidar um palestrante, por exemplo, das áreas de administração (financeira, *marketing*, produção e recursos humanos), para que os alunos tenham uma visão mais ampla sobre o *marketing*.

Capítulo 4 – O sucesso profissional e o empreendedorismo

Objetivo

- Ter autoconhecimento.

Atividades

As competências intrapessoais compreendem as habilidades que o indivíduo possui e estão relacionadas aos aspectos referentes a todas as formas de reflexões, relações e ação deste sobre si mesmo, como: automotivação, autoconhecimento, autoestima, capacidade de organização pessoal e administração do próprio tempo. Assim, por meio de uma discussão, o professor pode sugerir trabalhos individuais a respeito do autoconhecimento.

Capítulo 5 – A ética e o mundo do trabalho

Objetivos

Professor, deixe claro que a **ética** volta-se para o estudo das normas morais, enquanto a **moral** dedica-se à compreensão dos costumes e das normas de comportamento, que são aceitas por uma determinada sociedade. Assim, a ética empresarial (ou organizacional, em um sentido mais amplo) envolve a definição clara de posturas adotadas pela empresa e por seus colaboradores, a partir dos dirigentes e, embora, baseada em conceitos morais, distingue-se destes pela sua característica mais utilitária. Trata-se de estabelecer os procedimentos para o dia a dia da empresa e não conceitos filosóficos ideais.

Para esse último capítulo, o professor pode sugerir os filmes:

- *Laranja mecânica* – Que convida a uma reflexão sobre a sociedade, liberdade e livre arbítrio.
 - *O jardineiro fiel* – Tem um caráter de documentário e aborda a ética no setor industrial farmacêutico.
 - *Quem somos nós* – Questões sobre ética e moral estão presentes no filme em uma perspectiva individual e coletiva, levando assim a uma reflexão sobre o conhecimento humano.
 - *Ponto de mutação* – Há um diálogo no filme do cineasta Bernt Capra que é de fundamental importância para se discutir a ideia de ética.
 - *Jogada de gênio* – Nos leva a pensar nas várias possibilidades sobre a ética e sua interface com o trabalho e com a condução da vida.
 - *A lição* – O filme é sobre uma mulher – professora – que se vê pressionada a dispor de dinheiro rapidamente, sob pena de perder a casa. Sem opção, ela encara o que parece um desafio louco – roubar o banco.
 - *A negociação* – Um bilionário magnata dos fundos multimercado, está tentando vender seu império o mais rápido possível, antes que o comprador e os auditores descubram que ele já está praticamente falido.
 - *O lobo de Wall Street* – Baseado na história real de Jordan Belfort (interpretado por Leonardo DiCaprio), o filme mostra como o protagonista enriqueceu fraudando milhares de americanos comuns por meio de questionáveis transações financeiras.
- A partir daí, o professor pode sugerir trabalhos individuais e em grupos.

Orientações didáticas e respostas das atividades

Capítulo 1

Orientações

O primeiro capítulo trata da importância do universo do empreendedorismo e aborda questões básicas sobre esse mundo de tantas possibilidades. Então, perguntas como: “O que é um empreendedor?” e “Como empreender?”, são lançadas e discutidas de maneira a ajudar qualquer pessoa que se interesse em abrir seu próprio negócio ou melhorar suas atividades profissionais, a construir um fundamento mais sólido sobre como desenvolver suas ideias.

Respostas – páginas 16-18

- 1) Resposta pessoal.
- 2) b. É entender sobre o que é empreendedorismo e suas relações com o mercado de trabalho.
- 3) b. Todo aquele que investe seu tempo, competência e vontade de fazer com que as coisas deem certo.
- 4) d. Empreendedor.
- 5) d. É identificar, analisar e colocar em prática uma oportunidade de negócio, tentando inovar o que já existe.
- 6) c. Sim, pois com base nos conhecimentos que já possuem do produto, analisaram o mercado e encontraram oportunidade de trabalhar.
- 7) a. Conhecer o produto, conhecer o cliente e conhecer o mercado.
- 8) b. Não, pois não conhece seu cliente.
- 9) a. Empreendedores nascem para o sucesso.
- 10) c. Empreendedores são “jogadores” que assumem riscos altíssimos.
- 11) b. Os empreendedores não conseguem trabalhar em equipe.

Capítulo 2

Orientações

O segundo capítulo traz um elemento crucial para quem deseja empreender: o planejamento. Assim, ao longo da apresentação dessa importante ferramenta de gestão, buscou-se agregar ao máximo os conteúdos que favoreçam o entendimento sobre como planejar, o que considerar, que elementos são essenciais, o que devemos ter como base para o nosso negócio, que abordagens e ferramentas usar e, sobretudo, como analisar e implementar um plano de abertura de negócio. Todo esse conteúdo foi pensado e construído de maneira a possibilitar um encontro dos leitores com realidades aparentemente complexas, mas que com uma linguagem adequada e exemplos mais práticos tornaram-se possíveis e realizáveis num contexto mais simples de atuação de mercado.

Respostas – páginas 32-33

- 1) c. A comunicação não auxilia no avanço nas relações com a sociedade de maneira geral.
- 2) (V) Em tudo que realizamos existe planejamento. Planejar significa olhar antes, olhar com prevenção, olhar para que tudo dê certo e funcione.
(V) Farah (2008) diz que: *Planejamento é função administrativa que determina antecipadamente o que se deve fazer e quais os objetivos a ser alcançados.*
(F) Atuar com a função administrativa da organização é dizer que o empreendedor usa o planejamento para conseguir pagar contas.
(F) Existem quatro tipos de planejamento.
- 3) Estratégias, ações que possam assegurar competitividade as empresas no mercado.

Estratégia do Oceano Azul	Orientações
Criar espaços de mercado que ainda não foram aproveitados.	Pesquise sobre quais pessoas usam ou podem usar seus produtos/serviços. Desenvolva uma estratégia para aproximá-los do seu negócio.
Trabalhar para que a concorrência existente no seu ramo de negócios não seja um risco.	Pesquise sobre seus concorrentes e busque ultrapassar os benefícios que eles oferecem aos produtos/serviços.

- 4) **Professor**, o aluno deve pesquisar a resposta.
- 5) Poder de barganha dos fornecedores; rivalidade entre concorrentes; ameaças de novos entrantes; ameaças de produtos substituídos e poder barganha de clientes.

Analisar essas cinco forças, proposta por Porter, significa traçar as possibilidades de conhecer com mais profundidade o cenário onde a empresa em questão está inserida. À medida que as análises são realizadas, o planejamento vai sendo traçado para fundamentar o necessário para que a empresa obtenha vantagem competitiva no mercado.

- 6) Antes de tudo, conhecer o negócio. Um projeto empreendedor requer profundo conhecimento de mercado, do segmento e das potencialidades que esses negócios possuem. Perceber as oportunidades no mercado e traçar estratégias para superar a concorrência, desenvolver produtos competitivos para superar a concorrência, assegurar preços também competitivos e informar ao mercado como as pessoas podem ter acesso aos produtos, são, portanto, o caminho.

Capítulo 3

Orientações

O terceiro capítulo complementa a intenção do segundo, e traz mais uma ferramenta de gestão e negócios. Nele, a abordagem de mercado ficou explícita e direcionada à construção de esquemas de análises focadas em qualquer negócio. Então, elementos essenciais ao *marketing* como pesquisa, composto promocional e sistemas de informações foram tratados de modo a possibilitar uma fácil aplicação a qualquer realidade.

Respostas – páginas 47-48

- 1) a. (V) Pode-se dizer que antes do fenômeno **concorrência**, não havia interesse em pesquisar sobre os aspectos mercadológicos e suas relações com o ambiente organizacional.
- b. (V) Com a chegada da concorrência influenciando diretamente a forma de consumir das pessoas, as empresas começaram a buscar mais informações sobre como e por que os indivíduos não consomem.
- c. (F) Após a Segunda Guerra Mundial, houve uma diminuição grande de empresas, daí a concorrência se instalou no mercado, fazendo com que as vendas caíssem muito.
- d. (V) Os profissionais do mercado passaram a se desesperar e propor o seguinte lema: “vender a qualquer preço”.
- 2) a. (V) Produto é todo bem de consumo que atende a uma necessidade das pessoas.
- b. (F) Não se pode considerar os serviços como produtos; os produtos são palpáveis e os serviços não.
- c. (V) A sociedade vive de satisfazer suas necessidades. Essas necessidades podem ser de ordem material, espiritual, afetiva e tantas outras.
- d. (F) Quando se fala de *marketing* e empreendedorismo, precisa-se pensar na relação que gere insatisfação, mais consumo e prosperidade.
- e. (F) Produtos para o *marketing* são o início e o meio do processo.
- f. (V) Ao pensar num produto, precisa-se antes pensar nas necessidades que serão satisfeitas, ou seja, primeiro nasce a necessidade e, logo após, a idealização de algo que possa resolver ou saciar essa necessidade.
- g. (V) Consumidor são todos que estão aptos a consumir, mas podem consumir em vários lugares ao mesmo tempo e não geram relacionamento. Apenas realizam trocas. Quando um consumidor fica satisfeito e retorna, ele se fideliza, então se transforma em cliente.

3) d. Praça significa disponibilidade.

Ou seja, a distribuição é o ponto mais importante dentro da variável praça. Como e onde distribuir e vender os produtos torna-se essencial ao sucesso do negócio. Questões como fretes, armazenagem, transportes, estrutura e zonas de venda também são decisivas nessa abordagem. Portanto, praça não significa disponibilidade, mas, sim distribuição.

4) Atualmente, o composto de *marketing* também vem sendo associado à proposta do SIVA, ou seja, solução, informação, valor e acesso. Observando com cuidado, encontra-se uma relação direta da ferramenta SIVA com a ferramenta dos 4Ps.

Professor, peça aos alunos que pesquisem no próprio livro a relação SIVA com os 4Ps.

5) A forma como as pessoas compram produtos e se relacionam no mercado é conhecida como comportamento do consumidor. Para o empreendedor, buscar conhecer sobre as formas de pensamento que levam as pessoas a consumir é decisivo para as estratégias que serão adotadas pela empresa.

6) Sem a pesquisa de *marketing*, a relação de consumo fica bastante inconsistente. A pesquisa serve para conhecer os gostos e as formas pelas quais os consumidores escolhem os produtos que desejam.

7) Os resultados de uma pesquisa – os dados – são sempre muito numerosos para serem analisados. Neste sentido, no universo do *marketing* existe o que se define por SIM ou Sistema de Informações de *Marketing*. Sobre isso, Mattar (2003) diz o seguinte: *Consiste em pessoas, equipamentos e procedimentos para reunir, classificar, analisar, avaliar e distribuir informações, oportunas e precisas para tomadores de decisões de marketing de forma sistemática e contínua.*

Portanto, sistema de informações de *marketing* é uma ferramenta do *marketing* que objetiva registrar e armazenar informações sobre equipamentos, gostos de consumidores, preços, e tudo que se refere à relação de oferta e compra. Com essa armazenagem, as empresas podem, ao acessar as informações e traçar estratégias para que as empresas possam oferecer da melhor maneira condições de compra e acesso aos produtos para o mercado.

Capítulo 4

Orientações

No quarto capítulo são propostas temáticas de reflexão sobre autoconhecimento e formação de competências para o sucesso empreendedor.

Nesse capítulo, as questões como análise do perfil empreendedor, mundo do trabalho, adaptação às mudanças, flexibilização nas ações, a formação e o conhecimento sobre sua história pessoal foram tratadas de maneira leve e com intenção a propiciar um pouco mais de entendimento sobre elementos para o sucesso profissional.

Respostas – páginas 55-56

- 1) b. Autoconhecimento requer amadurecimento e força de vontade.
- 2) a. (V) A sua história pessoal define o desenvolvimento do seu projeto de vida e carreira.
b. (V) Mercado de trabalho é o lugar onde você vai conhecer pessoas, criar relacionamentos e construir sua experiência de vida.
c. (F) Ser o agente de mudança da sua vida requer exclusivamente o apoio dos seus pais e amigos.
d. (F) Adaptar-se às situações do mundo do trabalho é algo simples e sem importância.
e. (F) Criar estratégias que busquem resolver problemas do dia a dia é papel dos empregados e não do empreendedor.
- 3) a. (F) Ter muito dinheiro.
b. (V) Investir no seu potencial e habilidades e conquistar espaços.
c. (V) Saber escutar e planejar.
d. (F) Desânimo e pessimismo.
- 4) a. Define onde a pessoa quer chegar e como fará para isso.
- 5) c. Conhecimento e dedicação.
- 6) a. Sobressair-se diante da concorrência.
- 7) a. O mundo do trabalho está em constante mudança e as decisões são tomadas de maneira mais rápida.
- 8) d. Corre o risco de ser explorado.
- 9) b. Simpatia, alegria e ser contagiante.

Capítulo 5

Orientações

O quinto e último capítulo aborda as **questões éticas** e profissionais. Nesse momento, o livro busca simplificar percepções sobre conceitos mais elaborados da ética e tenta apresentar um encontro mais suave com essa questão tão relevante para o universo pessoal e profissional. Códigos de ética profissionais também são abordados de maneira muito simples e voltados a um entendimento prático do contexto.

Respostas – páginas 60-62

- 1) Ética pode ser entendida como um conjunto de conhecimentos oriundos da análise do comportamento humano sobre as regras e normas impostas pela moral. Enquanto moral é o conjunto de regras praticadas pelas pessoas no dia a dia. Essas regras nos orientam e nos direcionam para ações. E todas as nossas ações são julgadas sobre o que é moral ou imoral, certo ou errado, bom ou mau.

- 2) Como o agir ético reflete nossas concepções morais, de relacionamento com outras pessoas e em ambientes complexos e na vida profissional um dos aspectos mais relevantes é a nossa postura profissional. Nosso comportamento diante das pessoas, ou seja, se agimos de acordo com os bons costumes ou não.
- 3) Conjunto de princípios que define a forma de convivência dentro no universo organizacional. O código estabelece as regras, as normas, o agir ético da empresa, os valores.
- 4) Maneira como pessoas conduzem suas ações diante dos outros e da sociedade.
- 5) d. Quero, devo e posso.
- 6) a. Antiética.
- 7) Caráter é o fundamento da ética, e como a ética reflete a moral, podemos dizer que quanto mais caráter uma pessoa apresentar, agindo de acordo com os valores e princípios sociais de convivência, será considerado um indivíduo com princípios morais.
- 8) c. Falta de ética profissional.
- 9) b. Princípio da ética profissional.