UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS – CCJE
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

Plano de Ensino

Universidade Federal do Espírito Santo	**Campus: Goiabeiras**
Curso: ADMINISTRAÇÃO (noturno)	
Departamento Responsável: Depto de Administração	
Data de Aprovação (Art. nº 91):	
Docente responsável: Sérgio Robert de Sant'Anna	
Qualificação / link para o Currículo Lattes: Prof. Doutor	
Disciplina: TÓPICOS AVANÇADOS II EM MARKETING	**Código: ADM11022**
Pré-requisito: -	**Carga Horária Semestral: 60 h.**

Créditos:	**Distribuição da Carga Horária Semestral**		
	Teórica	**Exercício**	**Laboratório**

Ementa: Métodos de elaboração de casos para o ensino. Aprendendo por meio de casos. Utilização de casos no ensino em Marketing. Notas de ensino. Precauções na adoção do método de estudo de caso para o ensino. Análise e discussão de casos. Produção de novos casos: Técnicas para preparação de casos empresariais. Orientação para preparação de casos empresariais. Avaliação da Qualidade de casos para o ensino.

Objetivos Específicos

Na Preparação Individual, o aluno assume o papel e as responsabilidades do tomador de decisões e a tarefa de resolver o problema apresentado no caso. O pressuposto é que o aluno não irá assumir as características e traços de personalidade do tomador de decisões original em busca dos seguintes objetivos:

O caso deve possibilitar ao aluno a oportunidade de vivenciar a posição do protagonista do caso para identificar a questão fundamental: **Qual é o problema?**

O caso deve estimular o aluno para a busca e identificação de alternativas viáveis para

enfrentar o problema central do caso: **Quais são as alternativas?**

O caso deve proporcionar ao aluno a oportunidade de analisar cada uma das alternativas identificadas: **Quais são as vantagens e desvantagens?**

O aluno deve propor um plano de ação consistente com a identificação do problema e análise realizada: **O que fazer, quando, como?**

Conteúdo Programático

Os tópicos abordados ao longo da disciplina incluirão, dentre outros:

- Reconhecer a importância da utilização do Método de Caso como estratégia de ensino.
- Discutir o processo de aprendizagem utilizando casos para ensino
- O que é um Caso de ensino em Marketing
- A utilização do método de caso na tomada de decisões
- Conhecer os procedimentos para análise de casos para o ensino.
- A Estrutura de um Caso Empresarial
- O processo de análise de um caso
- Preparação do Caso pelo aluno
- Conhecer os procedimentos para a produção de casos para o ensino
- A estrutura do texto e estilo de redação do Caso Empresarial
- O Caso Empresarial final

Metodologia

Basicamente, a disciplina será ministrada a partir de um enfoque aplicado, por meio de estudos de casos buscando oferecer embasamento mínimo, necessário e suficiente para uma aplicação prática e um posicionamento crítico diante das situações apresentadas.

"A metodologia do caso se insere dentro da abordagem construtivista de ensino na medida em que busca gerar nos alunos experiências concretas, contextualmente significativas, nas quais eles possam buscar padrões, levantar suas próprias perguntas e construir seus próprios modelos, conceitos e estratégias."

O método do caso está centrado na análise dos alunos. O conhecimento não está só com o professor, mas é produzido pelos alunos a partir dessa interação. O objetivo é estimular a capacidade analítica, crítica e criativa. Assim como nas empresas, não existe apenas uma resposta certa. O debate e, principalmente, as incertezas fazem parte da natureza do trabalho.

A dificuldade de um caso pode ser visualizada a partir de pelo menos três dimensões:

Analítica: Qual é a tarefa do leitor do caso em relação a decisão chave ou problema do caso?

Conceitual: Que teorias, conceitos ou técnicas poderiam ser úteis ao entendimento e/ou resolução da situação do caso?

Apresentação: Como está estruturada a informação? O que é realmente importante no caso? Que informações são relevantes e o que ainda está faltando?

Gerentes normalmente não tem acesso a todas as informações necessárias às decisões. Igualmente, os casos dificilmente contém todas as informações que os alunos gostariam.

Critérios/Processo de avaliação da Aprendizagem

A avaliação do desempenho do aluno levará em conta os seguintes quesitos com as respectivas ponderações:

- Entrega dos Estudos de Casos (individuais)...: 20%
- Apresentação dos Casos em sala (Grupos): ..: 20%
- Primeira Avaliação Escrita. .....: 15%
- Segunda Avaliação Escrita. .....: 10%
- Trabalho Final (Caso Didático).....: 35%
- Total.....:100%

De modo mais abrangente, a avaliação será um processo contínuo com vistas a analisar desempenho dos alunos na disciplina, levando-se em conta

- Participação dos Alunos:
  - atenção na exposição
  - envolvimento no processo de aprendizagem
- utilização de conhecimentos teóricos para apoiar seus argumentos.
- capacidade de estabelecer relações causais.
- capacidade de contextualização de conceitos
- capacidade de expressão oral e escrita.

Bibliografia básica

CESAR, A. M. R. V. C. Método do estudo de caso (Case studies) ou Método do caso (Teaching Cases)? Uma análise dos dois métodos no ensino e pesquisa em administração. **REMAC - Revista Eletrônica Mackenzie de Casos**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 1-23. 2005.

GRAHAM , A . **Como escrever e usar estudos de caso para ensino e aprendizagem no setor público**. Brasília : ENAP, 2010

IKEDA, A.A.; VELUDO-DE-OLIVEIRA, T.M.; E CAMPOMAR , A. A. O caso como estratégia de ensino na área de Administração. **Revista de Administração (RAUSP)**, São Paulo, v.41, n.2, p.147-157, abr./maio/jun. 2006.

Bibliografia complementar

IKEDA, VELUDO-DE-OLIVEIRA E CAMPOMAR , A. A. ; VELUDO-DE-OLIVEIRA, T. M. ; CAMPOMAR, M. C. O Método do Caso no Ensino de Marketing. **RAC Eletrônica (Online)**, v. 1, p. 52-68, 2007.

MACHADO, A. G. C.; CALLADO, A. A. C. Precauções na adoção do método de estudo de caso para o ensino de administração em uma perspectiva epistemológica. **Cadernos EBAPE**, Número Especial, p. 1-10, ago. 2008.

PEREIRA, L.S. **Método do Caso para o Ensino**: fatores determinantes para sua utilização na visão de alunos e professores. 121 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade do Vale do Itajaí, Biguaçu/SC, 2012.]

ROESCH, S. M. A. Casos de ensino em administração: notas sobre a construção de casos para ensino. **RAC - Revista de Administração Contemporânea,** Rio de Janeiro, v. 11, n. 2, p. 213-234, abr./jun. 2007.

ROESCH, S.M.A.; FERNANDES, F. **Como escrever casos para o ensino de administração**. São Paulo: Atlas, 2007.

TRIGUEIRO, Carlos Meira. **Estudos de Casos no Treinamento de Executivos**. Rio de Janeiro, Qualitymark, 1999.

Cronograma

Aula		Atividade Prevista	Data	Dia	
1		Aval. Diagnóstica de Entrada	27/03	Seg	
2		**Estudo de Caso 1 – Método do caso: "Não sei não..."**	29/03	Qua	
3		Debate em plenário / Validação do Programa da Disciplina	03/04	Seg	
4		Aula expositiva e dialogada 1	05/04	Qua	
5		Aula expositiva e dialogada 2	10/04	Seg	
6		Aula expositiva e dialogada 3	12/04	Qua	
7		**Estudo de Caso 2 -**	17/04	Seg	
8		Debate em plenário	19/04	Qua	
9		**Primeira Avaliação Escrita**	26/04	Qua	
10		**Estudo de Caso 3 -**	03/05	Qua	
11		Debate em plenário	08/05	Seg	
12		**Estudo de Caso 4 -**	10/05	Qua	
13		Debate em plenário	15/05	Seg	
14		Aula expositiva e dialogada 4	17/05	Qua	
15		**Entrega versão preliminar do Caso de Ensino / Avaliação Substitutiva**	22/05	Seg	

UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS – CCJE
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

16		Aula expositiva e dialogada 5	24/05	Qua	
17		**Estudo de Caso 5-**	29/05	Seg	
18		Debate em Plenário	31/05	Qua	
19		**Estudo de Caso 6 -**	05/06	Seg	
20		Debate em Plenário	07/06	Qua	
21		**Estudo de Caso 7 -**	12/06	Seg	
22		Debate em Plenário	14/06	Qua	
23		**Estudo de Caso 8 -**	19/06	Seg	
24		Debate em Plenário	21/06	Qua	
25		**Estudo de Caso 9 -**	26/06	Seg	
26		Debate em Plenário	28/06	Qua	
27		**Estudo de Caso 10 –**	03/07	Seg	
28		Debate em Plenário	05/07	Qua	
29		**Entrega do Trabalho Final** / **Segunda Avaliação Escrita**	10/07	Seg	
30		Apresentação do Trabalho Final	12/07	Qua	
31		Apresentação do Trabalho Final	17/07	Seg	
32		Apresentação do Trabalho Final	19/07	Qua	
33		Aula expositiva e dialogada 6	24/07	Seg	
34		**Dinâmica para avaliação da disciplina**	26/07	Qua	
35		Resultado Parcial **(1)**	31/07	Seg	
-		**Prova Final**	02/08	Qua	
-		Resultado final **(2)**	04/08	Sex	

(1) *Serão considerados aprovados os alunos com média parcial maior ou igual a 7,0 (sete). Os alunos com média parcial menor que 7,0 (sete) deverão fazer a prova final.*

(2) *Após a realização da Prova final, serão considerados aprovados alunos cuja média (resultado parcial + nota da prova final)/2 seja maior ou igual a 5,0 (cinco).*

Os resultados parcial e final serão divulgados nos quadros de aviso existentes no corredor da sala dos professores, nos quadros das salas de aula da disciplina, e encaminhados por e-mail a partir do "Portal do Professor"