

ESCOLAS PROFISSIONAIS

CADERNO DO PROFESSOR

MUNDO DO TRABALHO - PLANOS DE AULA EEP

1^a
SÉRIE



GOVERNO DO
ESTADO DO CEARÁ
Secretaria da Educação

instituto  aliança

Expediente

INSTITUTO ALIANÇA COM O ADOLESCENTE

DIRETOR EXECUTIVO

EMILTON MOREIRA ROSA

DIRETORAS

ADENIL VIEIRA
ILMA OLIVEIRA
MÁRCIA CAMPOS
MARIAH OLIVEIRA

EQUIPE CEARÁ

COORDENAÇÃO REGIONAL
EVELINE CORRÊA

COORDENAÇÃO LOCAL

FRANCISCO CHAGAS PONTES NETO

COORDENAÇÃO DE GESTÃO

APARECIDA MARIA SILVEIRA CARVALHO

COORDENADORES SETORIAIS

ANA VERUSKA DE MELO MONTENEGRO
CAROLINE PAIVA LIMA RODRIGUES
ANTONIO RONDINELL COSTA MELO
ANTONIO SÉRGIO DE OLIVEIRA JUNIOR
DANNUTA ALBUQUERQUE NOGUEIRA
ELAINE VASCONCELOS NUNES VIANA
FLAVIA INGRYD VIEIRA PENAFORTE
IVANA MARIA DE MELO CARNEIRO FERNANDES
JOANA BRANDÃO DE MATOS
LORENA VASCONCELOS DA SILVEIRA
MAXMILLER LOIOLA LIMA
OTAVIO MACHADO TEIXEIRA LIMA
RENÉ VIEIRA DINELLI
RODRIGO ADLER PRATA FREIRE

APOIO DE GESTÃO

FRANCISCO ROBSON ARAÚJO DA GUIA

SEDUC – SECRETARIA DE EDUCAÇÃO DO CEARÁ

GOVERNADOR

CAMILO SOBREIRA DE SANTANA

VICE-GOVERNADOR

MARIA IZOLDA CELA DE ARRUDA
COELHO

SECRETÁRIA DA EDUCAÇÃO

ELIANA NUNES ESTRELA

SECRETÁRIO EXECUTIVO DE ENSINO MÉDIO E PROFISSIONAL

ROGERS VASCONCELOS MENDES

SECRETÁRIA EXECUTIVA DE GESTÃO PEDAGÓGICA

DA SECRETARIA DA EDUCAÇÃO
JUSSARA DE LUNA BATISTA

SECRETÁRIA EXECUTIVA DE PLANEJAMENTO E GESTÃO INTERNA

RITA DE CÁSSIA TAVARES COLARES

SECRETÁRIO EXECUTIVO DE COOPERAÇÃO COM OS MUNICÍPIOS

MÁRCIO PEREIRA DE BRITO

Ficha Técnica

PRODUÇÃO E ORGANIZAÇÃO DOS CONTEÚDOS DA PUBLICAÇÃO

COORDENAÇÃO GERAL E REVISÃO

EVELINE CORRÊA
FRANCISCO CHAGAS PONTES NETO
ILMA OLIVEIRA

EQUIPE DE PRODUÇÃO

ANA VERUSKA DE MELO MONTENEGRO
CAROLINE PAIVA LIMA RODRIGUES
ANTONIO RONDINELL COSTA MELO
ANTONIO SÉRGIO DE OLIVEIRA JUNIOR
DANNUTA ALBUQUERQUE NOGUEIRA
ELAINE VASCONCELOS NUNES VIANA
FLAVIA INGRYD VIEIRA PENAFORTE

IVANA CARNEIRO FERNANDES
JOANA BRANDÃO DE MATOS
LORENA VASCONCELOS DA SILVEIRA
MAXMILLER LOIOLA LIMA
OTAVIO MACHADO TEIXEIRA LIMA
RENÉ VIEIRA DINELLI
RODRIGO ADLER PRATA FREIRE

ESCOLAS PROFISSIONAIS

CADERNO DO PROFESSOR

MUNDO DO TRABALHO - PLANOS DE AULA EEEP



GOVERNO DO
ESTADO DO CEARÁ
Secretaria da Educação



1^a
SÉRIE

APRESENTAÇÃO

Caro professor,

O Ensino Médio se caracteriza como um período repleto de dúvidas e incertezas entre os estudantes. Mas talvez a dúvida mais corriqueira seja qual carreira seguir. A escola de educação profissional já funciona como uma abertura neste caminho, em que os estudantes podem entrar em contato com uma área de sua preferência. Contudo, o mundo do trabalho é bem mais amplo que o mercado de trabalho em si, exigindo do estudante do século XXI uma preparação que vá além do conhecimento técnico.

Portanto, a unidade curricular Mundo do Trabalho traz a proposta de preparar os estudantes para os mais diversos contextos mercadológicos e situações laborais, seja como empregados ou em um negócio próprio.

Pensando nisso, este material foi desenvolvido para provocar cada estudante frente aos desafios que estão presentes na constituição de uma empresa, assim como para ajudá-los a compreender os processos que se desenvolvem nesse complexo ambiente profissional.

Na 1ª Série, os estudantes terão oportunidade de pensar no mundo do trabalho a partir de três grandes áreas que funcionam como tripé desta engrenagem: IDENTIDADE, INTEGRAÇÃO e COMUNICAÇÃO, por meio de um conjunto de aulas reflexivas e vivenciais para que, juntos, possam construir conhecimento e experimentar sensações presentes nas rotinas de trabalho.

Ao longo das aulas, os estudantes farão pequenas pausas para a construção do DOSSIÊ, uma ferramenta pedagógica que lhes ajudará a protagonizar a construção de uma empresa, realizando um trabalho em equipe, processual e orientado. Na 1ª Série, serão realizados 07 Dossiês, conforme tabela abaixo:

DOSSIÊS		
1º BIMESTRE	01	Construção das empresas
	02	Elaborando missão, visão e valores
2º BIMESTRE	03	Determinação dos cargos e elaboração dos cronogramas
	04	Desenvolvendo a política de qualidade
	05	Propaganda, a alma do negócio
3º BIMESTRE	06	Planejamento financeiro
4º BIMESTRE	07	Qualidade no atendimento

Ao final de cada bimestre haverá uma CULMINÂNCIA que consistirá em uma apresentação, feita pelos estudantes, de suas empresas fictícias, aplicando os conceitos trabalhados e dando a cada bimestre “vida” a essas empresas, de forma processual.

Desejamos um ótimo trabalho e mãos à obra!!!



1º BIMESTRE



DISTRIBUIÇÃO DAS AULAS

EEEP

1º SÉRIE

1º BIMESTRE

AULA	CONTEÚDOS / AULAS	CARGA HORÁRIA
01	Eu, minha turma e o Mundo do Trabalho	50'
02	Rito de Iniciação: A simbologia do crachá	50'
03	Tipos de Trabalho	50'
04	Trabalho, emprego e os desafios do mercado de trabalho	50'
05	Aprendendo com a experiência de um profissional	50'
06	Linha do Tempo documental	50'
07	A importância dos documentos pessoais	50'
08	Pessoa Física, Pessoa Jurídica: Semelhanças e Diferenças	50'
09	Economia: Entendendo como ela se movimenta	50'
10	Setores da Economia e da Sociedade	50'
11	Pesquisando, aprendendo e criando	50'
12	Dossiê 1 - Construção das Empresas	50'
13	Como definir prioridades e manter o foco	50'
14	Missão, visão e valores organizacionais	50'
15	Dossiê 2 - Elaborando missão, visão, valores	50'
16	Interdependência positiva: melhores resultados no mundo do trabalho	50'
17	O valor do trabalho em equipe	50'
18	Estruturação das apresentações dos Dossiês	50'
19	Culminância 1: Apresentações dos Dossiês	50'
20	Devolutivas sobre as apresentações e Exercícios Lógicos I	50'

CARGA HORÁRIA TOTAL DO 1º BIMESTRE

20h/a

AULA	TEMA	EU, MINHA TURMA E O MUNDO DO TRABALHO
1	OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Fortalecer os vínculos, fazendo com que os estudantes se aproximem e reconheçam a identidade coletiva da turma. ■ Apresentar para a turma a unidade curricular de Mundo do Trabalho e promover um momento de reflexão.

TEMPO	ATIVIDADE
30'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Iniciar a aula dando boas-vindas com uma fala de apresentação pessoal e da unidade curricular de MUNDO DO TRABALHO. <p>Atividade: Formando Meu Nome</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Dizer aos estudantes que, antes de explicar de forma mais detalhada os assuntos que irão aprender durante o ano, é importante se conhecerem melhor. Propor então a atividade "Formando meu nome" (anexo). ■ Após a atividade pedir que os estudantes se organizem em círculo, sentados e falem de forma breve: seu nome, sua percepção da atividade. ■ Fazer o fechamento mostrando que é importante o autoconhecimento, e o conhecimento dos colegas, pois estarão compartilhando juntos muitos momentos durante todos os dias da semana.
15'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Fazer apresentação dialogada do PPT com o itinerário das aulas de Mundo do Trabalho, explicando as temáticas de forma simples e resumida, mas procurando relacionar os temas com sua aplicabilidade. É importante nesse primeiro momento tentar despertar nos estudantes a curiosidade e o interesse em aprender. ■ Informar que as aulas irão prepará-los para o moderno mundo do trabalho e terão atividades e estudos relacionados ao comportamento humano, autoconhecimento, integração, comunicação, dentre outros, de uma forma bastante vivencial. ■ Após a apresentação, abrir espaço para as perguntas.
5'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Em círculo, de mãos dadas, pedir que cada um traga uma palavra sobre como foi a aula. ■ Finalizar motivando os estudantes para o novo, para as descobertas que estão por vir, dizer que será necessário o compromisso e dedicação de todos e que irá ajudá-los nessa caminhada. ■ Obs: Fazer uma retomada do Acordo de Convivência, caso já tenha sido elaborado por outro professor.

MATERIAL NECESSÁRIO

- Cópias do instrumental "Formando meu nome"
- PPT Itinerário

ORIENTAÇÕES

- Verificar se o acordo de convivência já foi elaborado pela turma e retomá-lo no encerramento.

 **ANEXO****ATIVIDADE:****FORMANDO MEU NOME**

Com o instrumental "Formando meu nome" em mão, solicitar que preencham a coluna "Nome", colocando cada letra do seu nome em uma linha. Após concluírem, informar que eles devem circular pela sala procurando um colega que possua em seu nome uma das letras do seu nome. Exemplo: se o nome do estudante é PEDRO, ele deve procurar colegas que tenham em seus nomes as letras P - E - D - R - O (a letra pode estar em qualquer lugar do nome).

NOME
P - Paulo
E - Helena
D - Rodrigo
R - Rita
O - João

A partir das letras do seu nome, eles conversarão e responderão algumas perguntas. Orientar que os estudantes levistem e busquem as letras por toda a sala, conversando com os colegas até preencherem todas as letras do seu nome. Não pode repetir o estudante.

AULA	TEMA	RITO DE INICIAÇÃO: A SIMBOLOGIA DO CRACHÁ
2	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Levantar as expectativas dos estudantes acerca do Mundo do Trabalho ■ Marcar o início das atividades de Mundo do Trabalho através da confecção dos crachás

TEMPO	ATIVIDADE
10'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Cumprimentar o grupo e pedir que alguém relembre os aprendizados da aula passada. ■ Em seguida, dizer que hoje será o dia que, simbolicamente, representará o acesso deles ao MUNDO DO TRABALHO. Perguntar se estão dispostos e se querem entrar. Para isso, eles vão precisar de um documento usado em quase todas as empresas para identificar o funcionário. Que documento é esse? ■ É provável que os estudantes respondam CRACHÁ, mas caso não acertem logo o professor pode dar pistas: <ul style="list-style-type: none"> ■ cartão com dados pessoais, usado pelo funcionário para fins de identificação nas empresas ■ geralmente possui um cordão para que a pessoa use pendurado no pescoço ■ pode também ser usado preso na roupa da pessoa por um gancho ou broche ■ Propor então, a construção dos crachás (sugestão de modelo em anexo).
30'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Colocar no centro da sala o material para que os estudantes confeccionem seus crachás. ■ Dizer que esse será o momento de darem vida ao CRACHÁ. Independente da empresa onde se trabalhe, ele costuma estar com o empregado/colaborador onde ele for. Para muitas pessoas ele representa a inserção no mundo de trabalho, símbolo de status e, por vezes, se confunde até com a sua identidade. ■ Ao som de uma música (Sugestão: “Um dia após o outro” – Tiago Iorc), pedir que se dirijam ao centro da sala e usem a criatividade para a construção de seus crachás; podem usar a imaginação, mas não esquecer que precisa ter espaço para: nome, foto, cargo, função, empresa, logomarca. Hoje, eles precisam apenas customizar o crachá e fazer os 2 primeiros itens; já os demais, somente deixar o espaço. Orientar também para utilizarem somente a parte da frente do crachá. ■ Após concluírem seus crachás pedir que escrevam no verso: <ul style="list-style-type: none"> ■ Como vocês se veem diante dos desafios do mundo do trabalho? ■ Quais suas expectativas para essa unidade curricular? ■ Já com os crachás pendurados no pescoço, pedir que circulem pela sala e procurem ir ao encontro dos colegas olhando seus crachás, dizendo seu nome e uma expectativa para a unidade curricular de Mundo do Trabalho, buscando entrar em contato com o maior número possível de colegas.
10'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Convidar o grupo a sentar em círculo e pedir 2 voluntários para compartilhar seus crachás e expectativas. ■ Concluir falando que ao longo do ano retomarão os CRACHÁS para inclusão de novas informações.

MATERIAL NECESSÁRIO

- Material para confecção dos crachás: papel 40kg ou cartolinas, canetas hidrator, lápis, lápis de cor, revistas, cordões, cola e outros acessórios disponíveis na escola (modelo em anexo).
- Música “Um dia após o outro” – Tiago Iorc - <https://www.youtube.com/watch?v=duaGQRtESyU>

ORIENTAÇÕES

- Providenciar o material com antecedência
- Providenciar uma caixa e guardar os crachás que serão retomados no final do ano (4º Bimestre – Aula 10)

ANEXO

MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR CRACHÁ – SUGESTÃO



AULA	TEMA	TIPOS DE TRABALHO
3	OBJETIVO	■ Estimular os estudantes a identificarem e compreenderem os diversos tipos de trabalho

TEMPO	ATIVIDADE
5'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Dar as boas-vindas e falar que agora, de posse dos crachás, todos já têm acesso livre ao mundo do trabalho. ■ Dizer que é um mundo dinâmico, cheio de novidades, competitivo e, por isso, na aula de hoje, a proposta é participarem de um jogo.
40'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Entregar para cada estudante uma das 4 imagens (anexo) e pedir para que se agrupem por imagem semelhante. ■ Perguntar se conseguem fazer alguma relação das imagens ao mundo do trabalho. Dizer que elas, de alguma forma, podem representar alguns tipos de trabalho e perguntar o que já conhecem sobre os tipos de trabalho. Não aprofundar ainda o significado de cada um deles. Em seguida, afixar o PAINEL: TIPOS DE TRABALHO no quadro (anexo), dizer que esse será o tema da aula de hoje e também o tema do jogo. ■ Explicar as regras do jogo para a turma, sortear a ordem das equipes e iniciar o jogo. ■ Orientações para o Jogo: <ul style="list-style-type: none"> ■ O objetivo do jogo é completar corretamente o painel com o conceito dos tipos de trabalho ■ Haverá um envelope que pode ficar afixado no quadro ou com o professor, contendo tarjetas com os conceitos ■ Um representante de cada equipe deve ir até o envelope, pegar apenas uma tarjeta por vez, ler para a turma e em seguida dizer em voz alta a que tipo de trabalho aquela tarjeta se relaciona. Se o professor confirmar que a resposta está correta o estudante se dirige ao painel e cola a tarjeta ao lado do tipo de trabalho referente a ela ■ O representante da equipe tem 1 minuto após a leitura para consultar os colegas e responder. Caso ele erre ou não responda no tempo previsto, não irá pontuar e o professor transfere a pergunta aos outros estudantes, mas nesse caso não vale ponto. Quem acertar afixa a tarjeta no painel ■ A cada rodada deve ser mudado o representante da equipe de forma que participe o maior número de estudantes ■ Cada resposta correta vale 1 ponto ■ Pedir ajuda de um estudante para controlar o tempo. ■ Sugestão: oferecer à equipe ganhadora algum ponto na média ou outro mimo (chocolates). ■ À medida que os estudantes vão identificando os tipos de trabalho, fazer comentários pertinentes buscando trazer, para cada tipo de trabalho, exemplos práticos do dia a dia, podendo inclusive pedir para que os próprios estudantes tragam exemplos que conhecem. ■ Importante trazer para reflexão que esses tipos de trabalho não são isolados, eles se cruzam. É possível, por exemplo, realizar um trabalho temporário, administrativo e especializado ao mesmo tempo. A proposta com a atividade é apresentar de forma lúdica os tipos de trabalho para que compreendam onde futuramente estarão inseridos.
5'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Finalizar propondo que escolham um local para afixar o PAINEL: TIPOS DE TRABALHO e, como uma forma de celebrar os aprendizados, propor uma foto da turma junto ao painel.

MATERIAL NECESSÁRIO	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Imagens para a divisão das equipes (Anexo) ■ Tarjetas com as especificações dos tipos de trabalho (Anexo) ■ Envelope para colocar as tarjetas 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Painel Tipos de Trabalho (Anexo) ■ Brinde/mimo para premiação (opcional)

ORIENTAÇÕES	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Providenciar o material com antecedência ■ Estudar o assunto no material de suporte do professor 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Para Aula 5, articular com a gestão da escola a participação de um profissional da área (pode ser ex-aluno que esteja trabalhando) para realizar palestra com os estudantes sobre sua experiência no mundo produtivo.

ANEXO

IMAGENS PARA DIVISÃO DAS EQUIPES



MODELO PARA O PAINEL

TIPOS DE TRABALHO

TRABALHO AUTÔNOMO

TRABALHO BRAÇAL

TRABALHO INTELECTUAL

TRABALHO ARTÍSTICO

TRABALHO ESPECIALIZADO

TRABALHO ARTESANAL

TRABALHO ADMINISTRATIVO

TRABALHO MECÂNICO

TRABALHO TEMPORÁRIO

TRABALHO DOMÉSTICO

TRABALHO SOCIAL

TRABALHO VOLUNTÁRIO

TRABALHO FORÇADO/ESCRAVO


ENVELOPE

TARJETAS COM AS ESPECIFICAÇÕES DOS TIPOS DE TRABALHO

É o trabalho independente, realizado sob contrato, formal ou não

É o trabalho, na maioria das vezes, não especializado, que envolve esforço físico

É o trabalho que envolve raciocínio, planejamento e, geralmente, formação acadêmica

É o trabalho que envolve senso estético e habilidade artística específica, criatividade e originalidade

É o que exige conhecimento técnico específico

É o que requer habilidade manual e é feito sem recursos mecânicos e produzido em pequena escala

É o que envolve as tarefas do dia a dia de um escritório (registros, correspondência, caixa, arquivamento, controles internos)

É o trabalho repetitivo, que é feito sempre da mesma maneira e não exige muito raciocínio

É o trabalho contratado por tempo determinado, que não cria vínculos entre empregador e empregado

É o trabalho realizado em casa de família, compreendendo a realização das tarefas diárias de preparação de refeições ou cuidados com a casa e com as crianças.

É o trabalho realizado junto a comunidades, visando à melhoria das condições sociais das pessoas do local.

É qualquer tipo de prestação de serviços sem remuneração, como contribuição pessoal à comunidade.

É a coerção de uma pessoa, para realizar certos tipos de trabalho, e a imposição de uma penalidade, caso esse trabalho não seja feito. Esta forma de trabalho é considerada como uma das “piores formas de trabalho” pela Organização Internacional do Trabalho – OIT.

ANEXO

MATERIAL DE SUPORTE DO PROFESSOR

TIPOS DE TRABALHO ¹

O trabalho tem várias facetas. Que tipos de trabalho nós podemos realizar?

	<p>TRABALHO AUTÔNOMO É o trabalho independente, realizado sob contrato, formal ou não. Ex: diarista, consultor, electricista, etc.</p>
	<p>TRABALHO BRAÇAL É o trabalho, na maioria das vezes, não especializado, que envolve esforço físico. Ex: ajudante de pedreiro, servente de obra.</p>
	<p>TRABALHO INTELECTUAL É o trabalho que envolve raciocínio, planejamento e, geralmente, formação acadêmica. Ex: professor, filósofo, administrador.</p>
	<p>TRABALHO ARTÍSTICO É o trabalho que envolve senso estético e habilidade artística específica, criatividade e originalidade. Ex: Cantor, ator.</p>
	<p>TRABALHO ESPECIALIZADO É o que exige conhecimento técnico específico. Ex: linha de montagem automotiva, onde cada funcionário desempenha a mesma tarefa repetidamente.</p>
	<p>TRABALHO ARTESANAL É o que requer habilidade manual e é feito sem recursos mecânicos e produzido em pequena escala. Ex: trabalhos manuais com barro, renda, madeira.</p>
	<p>TRABALHO ADMINISTRATIVO É o que envolve as tarefas do dia a dia de um escritório (registros, correspondência, caixa, arquivamento, controles internos). Ex: auxiliar de escritório, secretária.</p>

¹ Fonte adaptada de material do programa Passe forte para o trabalho - ESAF/PROCIEN/1999

ANEXO

MATERIAL DE SUPORTE DO PROFESSOR

TIPOS DE TRABALHO

	<p>TRABALHO MECÂNICO É o trabalho repetitivo, que é feito sempre da mesma maneira e não exige muito raciocínio. Ex: empacotador.</p>
	<p>TRABALHO TEMPORÁRIO É o trabalho contratado por tempo determinado. Ex: funcionários contratados para construir uma casa, consultoria.</p>
	<p>TRABALHO DOMÉSTICO É o trabalho realizado em casa de família, compreendendo a realização das tarefas diárias de preparação de refeições ou cuidados com a casa e com as crianças. Ex: jardineiro, empregada.</p>
	<p>TRABALHO SOCIAL É o trabalho realizado junto a comunidades, visando a melhoria das condições sociais das pessoas do local. Ex: trabalho em ONGs.</p>
	<p>TRABALHO VOLUNTÁRIO É qualquer tipo de prestação de serviços sem remuneração, como contribuição pessoal à comunidade. Ex: grupos/indivíduos que realizam ações com pessoas em situação de rua, com crianças com câncer, idosos, dando aulas em alguma comunidade etc.</p>
	<p>TRABALHO FORÇADO/ESCRAVO É a coerção de uma pessoa, para realizar certos tipos de trabalho, e a imposição de uma penalidade, caso esse trabalho não seja feito. Esta forma de trabalho é considerada como uma das “piores formas de trabalho” pela Organização Internacional do Trabalho – OIT, por se caracterizar como trabalho escravo. É importante ressaltar que a escravidão no Brasil foi extinta oficialmente em 13 de maio de 1888. Todavia, em 1995 o governo brasileiro admitiu a existência de condições de trabalho análogas à escravidão.² A erradicação do trabalho escravo passa pelo cumprimento das leis existentes, porém isso não tem sido suficiente. Existe, desde 2003 uma Comissão Nacional Para a Erradicação do Trabalho Escravo (CONATRAE), órgão vinculado à Secretaria Especial dos Direitos Humanos da Presidência da República, tem a função de monitorar a execução do Plano Nacional para a Erradicação do Trabalho Escravo. Ex: pessoas que trabalham dezenas de horas diárias, sem folga e com baixíssimos salários, sem horário de descanso etc.</p>

² Fonte adaptada: <http://brasilescola.uol.com.br/sociologia/escravidao-nos-dias-de-hoje.htm>, acesso em 05.02.2018

AULA	TEMA	TRABALHO, EMPREGO E OS DESAFIOS DO MERCADO DE TRABALHO
4	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Dialogar com os estudantes sobre os conceitos de trabalho e emprego ■ Refletir sobre características e comportamentos exigidos no mundo do trabalho.

TEMPO	ATIVIDADE
20'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Iniciar a aula escrevendo no quadro a frase de Max Weber, um intelectual alemão que é considerado um dos fundadores da Sociologia: “O TRABALHO ENOBRECE O HOMEM”, e pedir para algum estudante comentar. Agora, riscar a palavra trabalho e escrever emprego, e perguntar se a frase permanece com o mesmo sentido. ■ Continuar perguntando: <ul style="list-style-type: none"> ■ Trabalho e Emprego tem o mesmo significado? ■ Qual a diferença entre eles? ■ Será que todo emprego pode ser considerado trabalho e vice e versa? ■ Propor a leitura dialogada do Texto: A diferença entre trabalho e emprego (anexo)
20'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Apresentar de forma dialogada o PPT “Dicas para se destacar no mercado de trabalho” como forma de ajudar os estudantes na busca desse trabalho, na perspectiva da realização profissional. Apresentar as dicas uma a uma e pedir um voluntário para ler a primeira dica e comentar o que compreendeu. Fazer as considerações após a fala do estudante. Realizar essa orientação para todas as 10 dicas. ■ Perguntar se sentiram falta de algum ponto e se gostariam de acrescentar. ■ Após a apresentação, ressaltar a importância de estar atento às demandas que o mercado exige, pois elas são reflexo das transformações que acontecem no mundo. “Estamos num constante processo de evolução, na medida em que o mundo se transforma, e através dessa relação com o mundo, com as pessoas e com a tecnologia. O grande desafio é estar sempre atento a essas transformações para saber que mundo é esse que me espera, como me preparar para ele e ser feliz”.
10'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Todos em círculo, de pé, finalizar a aula pedindo um voluntário para a leitura da frase: “A maior recompensa pelo nosso trabalho não é o que nos pagam por ele, mas aquilo em que ele nos transforma” - John Ruskin ■ Avisar aos estudantes que na próxima aula receberão a visita de um profissional técnico da área correspondente à turma, que irá partilhar um pouco de sua experiência no mundo do trabalho. ■ Pedir que venham preparados para absorver todas as informações e tirar as dúvidas. Solicitar que tragam perguntas, dúvidas, curiosidades na próxima aula.

MATERIAL NECESSÁRIO

- Texto: A diferença entre trabalho e emprego
- PPT “Dicas para se destacar no mercado de trabalho”

ORIENTAÇÕES

- Caso não seja possível utilizar o PPT, providenciar a impressão.
- Próxima aula será a Palestra com o profissional da área. Verificar com o palestrante se será necessário algum equipamento/ material, para que seja providenciado.
- O professor pode convidar estudantes para conduzirem a Acolhida, porém deve orientá-los quanto ao tempo e atividade a ser realizada. Outra sugestão seria mobilizar outros estudantes para prepararem cartões e/ou mimos para o palestrante, como forma de agradecimento.

A DIFERENÇA ENTRE TRABALHO E EMPREGO ³

Você já parou para pensar qual é a diferença entre trabalho e emprego? Apesar dessas duas palavras serem utilizadas para designar ofício, apresentam aspectos práticos distintos. Enquanto o trabalho está ligado a *objetivos e realizações profissionais*, o emprego designa basicamente *uma forma de adquirir renda*.

Compreender a diferença entre trabalho e emprego pode ajudar em sua vida profissional.

O trabalho tem relação direta com o estilo de vida do indivíduo, em quem ele é ou deseja se tornar. Está pautado em projetos, metas, objetivos e sonhos. Trabalho vai além da necessidade financeira, trata-se de um caminho para a realização.

Quando a sua busca é somente pela estabilidade financeira, então você tem um emprego. Nesse caso, a chance de acabar infeliz realizando tarefas que não trazem satisfação pessoal e profissional é muito grande. O resultado é estagnação na sua carreira e até mesmo em sua vida.

O emprego é uma atividade em que o profissional atua por necessidade financeira, distante de algum tipo de apreciação. Muitas pessoas passam por essa experiência, seja pelo fato de ser a primeira colocação no mercado, ou por ainda não ter descoberto a própria paixão, o que verdadeiramente está conectado com suas motivações e convicções mais autênticas. É fato que, no caso do primeiro emprego, é importante conhecer o que o mercado oferece e a partir daí fazer uma escolha pensada focando nos seus objetivos, compreendendo esse emprego como uma “porta de entrada” para sua realização.

Já quando você tem um trabalho esse cenário muda totalmente. Bem como já dizia Max Weber “o trabalho enobrece o homem”, o que ressalta a diferença entre trabalho e emprego. Nessa perspectiva, a atuação profissional está atrelada à existência do indivíduo, mais profundamente falando, à construção do seu legado. Por isso é determinante para a plenitude do indivíduo, visto que é uma forma dele se autoconhecer, para identificar e esclarecer o sentido de sua vida.

Levantar-se para exercer suas atividades todos os dias deve ser realizado objetivando crescimento em sua carreira e na sua vida como um todo. Para isso, é fundamental fazer com que essa atividade realmente valha a pena, no sentido de garantir mais do que somente benefícios tangíveis, mas principalmente os intangíveis.

³ Texto adaptado: <http://www.ibccoaching.com.br/portal/coaching-carreira/diferenca-entre-trabalho-e-emprego/> acesso em 17.01.2018

ANEXO**MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR****RESUMO DA BIOGRAFIA DE MAX WEBER**⁴

Max Weber é um dos principais pensadores da modernidade. Como sociólogo e economista, foi um dos precursores da chamada sociologia econômica. Buscava compreender a sociedade a partir de seus aspectos históricos e culturais, de uma forma mais complexa e integral. Boa parte dos trabalhos que ele produziu são fontes de pesquisas e estudos até os dias de hoje.

Seu livro mais lido é um ensaio chamado “A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo”, onde fala justamente a respeito do protestantismo e da sua relação com o surgimento do sistema capitalista.

Caro professor, esse texto corresponde à apresentação do PPT Dicas para se destacar no mercado de trabalho

“Dicas para se destacar no mercado de trabalho”⁵

Como a cada dia o mercado de trabalho está cada vez mais competitivo, esta lista pode te ajudar bastante.

1º. Estude sempre, não pare. Se você tem nível de Ensino Médio, faça um bom curso superior.

2º. Domine a Informática. Saiba operar um microcomputador, no mínimo.

3º. Use a Internet. Navegue na Internet e se mantenha conectado com o mundo e tenha acesso a oportunidades.

4º. Defina seus objetivos. Saiba o que quer e como chegar lá, isto evita perda de tempo, energia e dinheiro.

5º. Acredite e invista em você. Você é um ser que possui talentos, um potencial infinito, aproveite este fato, desenvolva-se, busque diferenciais qualitativos.

6º. Desenvolva e cultive uma rede de relacionamentos profissionais (networking), na empresa e fora dela. Uma rede de relacionamentos configura um importante canal de ajuda nos momentos críticos e de prospecção de oportunidades.

7º. Seja (ou busque ser) criativo. O profissional que apresenta soluções e ideias inovadoras será valorizado.

8º. Seja ético nos seus atos. O sucesso profissional obtido às custas do prejuízo dos outros é efêmero.

9º. Desenvolva sua capacidade de entender e lidar com gente. Trabalhe em equipe, relacione-se, compartilhe, ensine as pessoas. Seja um profissional integrado e importante na sua empresa.

10º. Seja um profissional polivalente, um multiespecialista. Busque conhecimentos e habilidades em outras áreas.

⁴ Fonte: <https://www.resumoescolar.com.br/biografias/resumo-sobre-max-weber-biografia/> Acesso em 18.01.2018

⁵ Fonte adaptada: <https://lista10.org/uteis/10-dicas-para-enfrentar-o-mercado-de-trabalho/> em 17.01.2018

AULA	TEMA	APRENDENDO COM A EXPERIÊNCIA DE UM PROFISSIONAL
5	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Propiciar espaço para que os estudantes entrem em contato com um profissional da área e aprendam com sua experiência no mundo produtivo. ■ Refletir com o grupo sobre as possibilidades de trabalho na área.
TEMPO	ATIVIDADE	
10'	INTRODUÇÃO <ul style="list-style-type: none"> ■ Apresentar para os estudantes o Palestrante convidado, procurando gerar um momento de acolhimento. ■ Ler o resumo das qualificações desse profissional dizendo área, tempo de atuação, empresa onde trabalha, etc. Ao final, pedir uma salva de palmas. ■ Como sugestão, o professor pode convidar alguns estudantes para fazer a acolhida, caso isso tenha sido acordado previamente. 	
30'	DESENVOLVIMENTO <ul style="list-style-type: none"> ■ Antes de iniciar a palestra, solicitar que os estudantes façam suas anotações e tirem as dúvidas ao final. ■ Sugestão de Roteiro para o palestrante: <ul style="list-style-type: none"> ■ Potencialidades de crescimento da área no mundo do trabalho ■ Empregabilidade ■ Postura profissional ■ Qualidades necessárias para desenvolver a atividade. ■ Facilidades e dificuldades encontradas na profissão ■ Conselho para quem vai iniciar a vida profissional (geral) 	
10'	ENCERRAMENTO <ul style="list-style-type: none"> ■ Abrir espaço para as perguntas. ■ Após o profissional esclarecer as dúvidas, ainda na presença dele, pedir 2 voluntários: 1 para comentar os aprendizados da aula e outro para agradecer pela disponibilidade do profissional em compartilhar esse momento com a turma. ■ Caso os estudantes tenham preparado previamente cartões e/ou mimos para o palestrante, fazer a entrega ao final. 	
MATERIAL NECESSÁRIO		
<ul style="list-style-type: none"> ■ Kit multimídia (verificar com o profissional convidado) 		

AULA	TEMA	LINHA DO TEMPO DOCUMENTAL
6	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Promover um momento de reflexão sobre a importância dos documentos para o cidadão.

TEMPO	ATIVIDADE
10'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Iniciar a aula perguntando para os estudantes: <ul style="list-style-type: none"> ■ Quais documentos pessoais uma pessoa deve ter? ■ Quais vocês já possuem? ■ Alguém trouxe algum documento hoje para a escola? ■ Pedir um voluntário para mostrar à turma.
30'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Fazer a apresentação dialogada do PPT “A História de Mariana”. ■ Essa apresentação conta a história de uma menina chamada Mariana desde seu nascimento. Ela deve ser apresentada de forma lúdica e com pausas para as perguntas, gerando a interação com os estudantes. O objetivo é trazer a Linha do Tempo documental dela onde, no decorrer de sua vida, aparecem situações em que ela necessitará dos seus documentos pessoais. É importante que os estudantes tentem descobrir, nas situações apresentadas, que documentos ela precisará providenciar, o porquê e onde tirá-los. ■ Obs: A história de Mariana busca trazer o maior número de documentos possíveis ainda que não contemple todos. Lembrar que é uma história fictícia e espera-se que cada estudante identifique aqueles documentos que atendam às suas demandas específicas.
10'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Reforçar que possuir alguns documentos é essencial para a vida de qualquer cidadão e, quando se trata do mundo do trabalho, não é diferente. Eles serão fundamentais para as futuras contratações. Solicitar aos estudantes que ainda não têm documentos, considerados básicos, tais como RG, CPF, CTPS, já requeridos para a faixa de idade, que os providenciem.

MATERIAL NECESSÁRIO

- Kit multimídia
- PPT “A História de Mariana”

AULA	TEMA	A IMPORTÂNCIA DOS DOCUMENTOS PESSOAIS
7	OBJETIVO	■ Aprofundar com o grupo a discussão sobre a importância dos documentos para o cidadão

TEMPO	ATIVIDADE
5'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Iniciar a aula perguntando: <ul style="list-style-type: none"> ■ Quem lembra da Mariana? ■ Será que nessa sala ainda tem muita gente sem documentação? ■ Aguardar os estudantes se manifestarem e seguir dizendo que hoje a proposta é continuar falando dos documentos pessoais; e que precisará da ajuda de todos.
40'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Lançar para o grupo um desafio: Vocês deverão formar uma fila por ordem alfabética, de acordo com o nome de cada membro da turma, em apenas 1 minuto. ■ Quando a fila estiver pronta, checar se está correta. ■ Formar 06 equipes (com números iguais de componentes) pela ordem da fila, onde cada equipe será responsável para montar uma apresentação de acordo com a imagem recebida: <ul style="list-style-type: none"> ■ Equipe 01 (Certidão de Nascimento) ■ Equipe 02 (Registro geral - RG) ■ Equipe 03 (Cadastro de Pessoa Física – CPF) ■ Equipe 04 (Carteira de Trabalho e Previdência Social-CTPS) ■ Equipe 05 (Título de Eleitor) ■ Equipe 06 (Reservista) ■ As apresentações devem conter as informações mais relevantes, tais como: importância do documento, onde e quando tirar, etc. Cada equipe terá no máximo 04 minutos para apresentar. ■ Após as apresentações, parabenizar as equipe e fazer alguma consideração, se necessário.
5'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Finalizar pedindo que alguns estudantes completem a frase: Nos dias de hoje, estar com a documentação incompleta significa...

MATERIAL NECESSÁRIO

- Textos: Documentos
- Imagens dos Documentos

ANEXO

IMAGENS PARA AS EQUIPES

GOOGLEIMAGES


 REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
 REGISTRO CIVIL DAS PESSOAS NATURAS
CERTIDÃO DE NASCIMENTO

NOME: _____

MATRÍCULA:
999999999999 9999 9 9999 999 99999999 99

DATA DE NASCIMENTO (POR EXTENSO): _____ DIA _____ MÊS _____ ANO _____

HORA DE NASCIMENTO: _____ MUNICÍPIO DE NASCIMENTO E UNIDADE DA FEDERAÇÃO: _____

MUNICÍPIO DE REGISTRO E UNIDADE DA FEDERAÇÃO: _____ LOCAL DE NASCIMENTO: _____ SEXO: _____

FILIAÇÃO: _____

PAI	MÃE
AVÓS AVÔ PATERNO	AVÔ MATERNO
AVÔ MATERNA	AVÔ MATERNA

GÊMEOS: _____ NOME E MATRÍCULA DOS GÊMEOS: _____

DECLARANTE: _____

DATA DO REGISTRO (POR EXTENSO): _____ NÚMERO DA DNV (DECLARAÇÃO DE NASCIDO VIVO): _____

OBSERVAÇÕES / AVERBAÇÕES: _____

NOME DO OFÍCIO: _____

OFICIAL REGISTRADOR: _____

MUNICÍPIO /UF: _____

ENDEREÇO: _____

O conteúdo da certidão é verdadeiro. Dou fé.
Data e Local: _____

Assinatura do Oficial: _____

■ Equipe 01 (Certidão de Nascimento)

ANEXO

IMAGENS PARA AS EQUIPES

GOOGLEIMAGES



■ Equipe 02 (Registro geral - RG)

GOOGLEIMAGES



■ Equipe 03 (Cadastro de Pessoa Física – CPF)

ANEXO

IMAGENS PARA AS EQUIPES



- **Equipe 04** (Carteira de Trabalho e Previdência Social-CTPS)

ANEXO

IMAGENS PARA AS EQUIPES

GOOGLEIMAGES

REPUBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

TÍTULO ELEITORAL

NOME DO ELEITOR

DATA DE NASCIMENTO

ZONA

SEÇÃO

MUNICÍPIO/UF

DATA DE EMISSÃO

Juiz Eleitoral

VÁLIDO SOMENTE COM MARCA D'ÁGUA - JUSTIÇA ELEITORAL

REPUBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

BOLETIM ELEITORAL

ASSINATURA OU IMPRESSÃO DIGITAL DO ELEITOR

VÁLIDO SOMENTE COM MARCA D'ÁGUA - JUSTIÇA ELEITORAL

■ Equipe 05 (Título de Eleitor)

MINISTÉRIO DA DEFESA

CERTIFICADO DE DISPENSA
DE INCORPORAÇÃO
C S M

25

RA

EM CASO DE CONVOCAÇÃO DEVE APRESENTAR-SE IMEDIATAMENTE

Data de expedição : 11/09/2003

FILIAÇÃO

PAI

MÃE

DATA NASC

NATURALIDADE

Dispensado do Serviço Militar inicial em 31/07/2003
por ter sido excluído de excesso de contingente

Com/Ch ou Dir

JULIO CESAR RODRIGUES CORREA-2 TEN
DELEGADO 7º DEL SM/25 CSM

■ Equipe 06 (Reservista)

ANEXO

REGISTRO DE NASCIMENTO ⁶



O QUE É?

É o primeiro registro de um indivíduo, fundamental para que este seja reconhecido como cidadão. É necessário para qualquer outro registro ou para emissões de documentos de várias espécies. O registro de nascimento, bem como a primeira certidão, é gratuito (Lei Federal 9.534/1997).

ONDE É FEITO?

Todos os nascimentos ocorridos em território nacional deverão ser levados a registro. O registro é feito pelo cartório Oficial de Registro Civil das Pessoas Naturais, da circunscrição de nascimento do “recém-nascido” ou de residência dos pais.

DOCUMENTOS NECESSÁRIOS

- “Declaração de Nascido Vivo” (DNV), fornecida aos pais dos recém-nascidos pelas respectivas maternidades e hospitais;
- Cédula de identidade da(s) pessoa(s) que comparecer(em) ao cartório. Além da Cédula de Identidade expedida pela Secretaria de Segurança Pública, serão aceitas as cédulas de identidade emitidas por órgão controlador do exercício profissional, Carteira Nacional de Habilitação dentro do prazo de validade; ou passaporte, no caso de estrangeiros não domiciliados no país;
- Em caso de comparecimento de apenas um dos cônjuges é necessária a apresentação da certidão de casamento.

ALTERAÇÃO DO NOME DO REGISTRANDO

Após ter sido feito o Registro de Nascimento, qualquer alteração no nome do registrando só poderá ser feita mediante a autorização judicial. Para evitar complicações futuras, é importante que os pais, ou o encarregado do registro, estejam atentos e sejam claros no ato do registro, quando informarem ao registrador o nome e o sobrenome do registrando.

⁶ Fonte: Texto adaptado disponível em: http://www.arpensp.org.br/principal/index.cfm?pagina_id=174. Acesso em: 17.01.2018

REGISTO GERAL - RG ⁷

O Registro Geral (RG) ou carteira de identidade é um documento emitido para cidadãos nascidos e registrados no Brasil e para nascidos no exterior, que sejam filhos de brasileiros. Serve para confirmar a identidade da pessoa e para solicitação de outros documentos. O registro é válido em todo o território nacional.

ONDE DEVE SER FEITO?

O Registro Geral é emitido pela Secretaria de Segurança Pública (SSP) de cada estado do Brasil. O cidadão deve procurar postos de identificação civil para solicitar o RG. Para mais informações, entre em contato com o Instituto de Identificação de seu estado.

QUANDO DEVE SER FEITO?

Em qualquer idade, porém é um dos documentos mais importantes para quem está entrando no mercado de trabalho por isso é importante providenciar o quanto antes.

QUEM PODE TIRAR?

O próprio cidadão interessado.

Os menores de 16 anos deverão ir acompanhados de pai, mãe, tios, avós ou irmãos (21 anos), legítimos de 1º grau, comprovado com apresentação do documento de identidade do respectivo responsável. Outra pessoa que não se enquadre no parentesco acima deverá apresentar um documento de guarda/autorização do Poder Judiciário.

QUANTO CUSTA?

A partir de setembro de 2012, a emissão da primeira via da carteira de identidade (Registro Geral/ RG) passou a ser gratuita em todo o território nacional, para todos os brasileiros. A emissão da segunda via, no entanto, pode ser cobrada. O valor da taxa será determinado pela legislação de cada estado.

A Carteira de Identidade não possui validade, porém o documento pode não ser aceito no Brasil ou em viagens para o exterior caso esteja em más condições de conservação ou a foto não permita a identificação do titular. Recomenda-se que o RG seja renovado a cada dez anos.

COMO DEVE SER FEITO?

O solicitante deve ir a um posto de identificação civil em sua cidade, com uma foto recente em formato 3x4 (com fundo branco) e com a Certidão de Nascimento (original e cópia), a Certidão de Casamento (original e cópia).

Fonte: Ministério da Justiça

⁷ Fonte adaptada: <http://www.brasil.gov.br/cidadania-e-justica/2009/10/emissao-da-carteira-de-identidade-RG-e-gratuita-em-todo-pais> Acesso em 27.02.2018

ANEXO

CADASTRO DE PESSOA FÍSICA ⁸

O CPF ou Cadastro de Pessoa Física é um documento emitido pela Secretaria da Receita Federal do Ministério da Fazenda. Este documento é emitido a partir de uma base de dados da Receita que armazena informações de contribuintes obrigados à inscrição no CPF.

QUAL A IDADE PARA TER O CPF

Qualquer idade, inclusive recém-nascidos.

PARA QUE SERVE O CPF

O objetivo inicial do CPF é identificá-lo junto a Receita Federal para fins tributários. Contudo, o CPF é amplamente usado em organizações públicas e privadas. Agências bancárias, órgãos de governos e empresas privadas de uma forma geral usam o CPF como chave de identificação de pessoas físicas.

ONDE EMITIR O CPF ⁹

A inscrição no CPF pode ser feita online — pela Internet — ou por meio de entidades conveniadas com a Receita Federal.

SITUAÇÃO	ONDE
Pessoas de 16 a 25 anos que possuam Título de Eleitor regular	Online
Qualquer outra situação	Entidade Conveniada

QUAIS OS DOCUMENTOS NECESSÁRIOS PARA A EMISSÃO DO CPF?

Depende da idade e da situação da pessoa:

- Menores de 16 anos: Carteira de identidade ou certidão de nascimento;
- Maiores de 16 anos: Carteira de identidade. Entre 18 e 69 anos é necessário o Título de Eleitor.

QUANTOS NÚMEROS DE CPF POSSO TER?

Apenas um. O CPF é emitido uma única vez e com um número único.

O CPF PODE SER CANCELADO?

Segundo a Receita, o cancelamento poderá ser feito apenas em alguns casos específicos, como duplicidade, ordem judicial ou falecimento do contribuinte.

O QUE FAZER QUANDO O CPF FOR USADO INDEVIDAMENTE POR OUTRA PESSOA?

Procure a polícia. Como não há possibilidade de cancelá-lo ou ter outro CPF é necessário ter cuidado com o uso do mesmo e em caso de usos indevidos, a única solução é procurar a polícia.

⁸ Fonte: Texto disponível em <http://www.educacao.cc/cidada/cpf-cadastro-de-pessoa-fisica/> Acesso em 27.02.2018

⁹ Fonte: <http://idg.receita.fazenda.gov.br/orientacao/tributaria/cadastros/cadastro-de-pessoas-fisicas-cpf/servicos/inscricao-no-cpf> Acesso em 27.02.2018

CARTEIRA DE TRABALHO – CTPS ¹⁰

A carteira de trabalho é um dos documentos mais importantes da vida de um cidadão brasileiro, nela é registrado todos os passos profissionais de um cidadão contratado em regime previsto em CLT (Consolidação das Leis Trabalhistas) e consta informações como: data de admissão, vínculo empregatício, férias, salário, informações da empresa, além também da data de saída do emprego.

Através do registro que o empregador realiza na CTPS é possível garantir os direitos do trabalhador, tais como fundo de garantia por tempo de serviço, mais conhecido como FGTS, aposentadoria e o seguro desemprego. Por isso, antes de entrar no meio profissional, você precisa primeiro emitir a sua CTPS.

Pode tirar carteira de trabalho qualquer pessoa a partir dos 14 anos, que já pode ser contratado como aprendiz sob condições de trabalho especial. Sendo assim, o documento pode ser emitido tanto para os cidadãos brasileiros, quanto para os brasileiros naturalizados e estrangeiros.

ONDE TIRAR A CARTEIRA DE TRABALHO?

Todas as Agências do Ministério do Trabalho operam com o Sistema de Atendimento Agendado (SAA), feito pela Internet. Muitos postos conveniados também trabalham com sistema de agendamento próprio. O atendimento para a emissão da Carteira de Trabalho deve ser agendado com antecedência.

O trabalhador pode tirar a Carteira de Trabalho em qualquer um dos postos emissores disponíveis no município seja nas Superintendências Regionais, Gerências ou Agências do Ministério do Trabalho, seja nos Postos do SINE (Sistema Nacional de Emprego) ou Postos de Prefeituras.

Em caso de dúvida acesse www.mte.gov.br

¹⁰ Fonte Adaptada: <http://pis.pro.br/carteira-de-trabalho/> e <http://economia.ig.com.br/2016-07-01/agendamento-carteira-trabalho.html> Acesso em 27.02.2018

ANEXO

CARTEIRA DE TRABALHO – CTPS

continuação

AGENDAMENTO CTPS PELA INTERNET

O agendamento pela internet deverá ser solicitado pelas secretarias ou fundações estaduais do trabalho, ou ainda, pelo próprio portal do MTE. Para solicitar, basta:

- Acesse o portal estadual do trabalho, ou o portal do SAA MTE, através desse link: <http://saaweb.mte.gov.br/inter/saa/pages/agendamento/main.seam>
- Preencha os dados solicitados para realizar o agendamento do serviço;
- Escolha a data mais conveniente para ser atendido.
- Agendamento CTPS por telefone
- Também é possível realizar o agendamento de sua CTPS através do número 158. A central de atendimento do ministério do trabalho está disponível de segunda a sábado, das 7h às 19h, e a ligação é gratuita.

TIRAR CARTEIRA DE TRABALHO

Para realizar a emissão da primeira via você precisará dos seguintes documentos:

- Comprovante de residência atualizado;
- RG ou CNH;
- CPF;
- Certidão de nascimento ou casamento;
- Foto 3x4 colorida e atualizada (solicitado em alguns postos de atendimento)

A emissão da primeira via é gratuita, o prazo de entrega varia de posto de atendimento, em alguns locais o cidadão tem que retornar dentro de um prazo determinado com o protocolo de atendimento para efetuar a retirada.

TÍTULO DE ELEITOR ¹¹

Em termos gerais, o título de eleitor é o documento que permite o cidadão a participar das eleições políticas, e votar. Tirar o título de eleitor e votar são atos obrigatórios para os brasileiros maiores de 18 e menores de 70 anos de idade. Quando não atendidas estas exigências legais, haverá cobrança de multa.

O título confere uma inscrição do cidadão junto a Justiça Eleitoral do Brasil que o acompanhará pelos anos seguintes ao da aquisição do título de eleitor. Nele tem o nome completo do proprietário do documento, data de nascimento, a Unidade da Federação, o município, a zona e a seção onde o portador de tal documento deverá realizar sua votação. Além disto, consta também o número da inscrição eleitoral, a data de emissão, a assinatura do Juiz eleitoral, e a assinatura do próprio eleitor.

Para aquisição do título de eleitor basta ir até um cartório eleitoral mais próximo de sua localidade, caso não haja nenhum em sua cidade. Você deve estar munido dos seguintes documentos:

- Cédula de Identidade.
- Comprovante de quitação do serviço militar (no caso de cidadãos do sexo masculino com idade entre 19 e 45 anos).
- Comprovante de residência.
- Para pessoas do sexo masculino, com idade entre 18 e 45 anos, é obrigatório apresentar: Comprovante de quitação do serviço militar – Certificado de Alistamento Militar-CAM.

Pode-se tirar o título a partir do ano em que o cidadão completar 16 anos e com essa idade basta levar comprovante de residência e RG, originais e cópias.

BIOMETRIA

Em 2008, foi elaborado o projeto piloto de identificação biométrica de eleitores nas urnas eletrônicas. O modelo consiste na coleta de dados biométricos por meio de sensores que os colocam em formato digital.

Nas cidades que já utilizam a votação com identificação biométrica, o eleitor passa pelo cadastramento eletrônico no momento em que tira o novo título. De acordo o TSE, cabe aos Tribunais Regionais Eleitorais (TREs) definir o cronograma de atividades para o recadastramento biométrico daqueles que ainda não são cadastrados no sistema.

A principal vantagem do sistema biométrico é a segurança, além da atualização do cadastro. O uso da biometria exclui a possibilidade de uma pessoa votar por outra, tornando inviável a fraude no procedimento de votação, afirma o TSE.

Mais informações sobre a biometria, ligue 148 ou acesse o link tribunal regional eleitoral do Ceará.

¹¹ Fonte Adaptada: <http://www.educacao.cc/cidada/documentos-pessoais-rg-titulo-de-eleitor-cpf-e-certidao-de-nascimento/> e <http://www.brasil.gov.br/cidadania-e-justica/2017/02/saiba-como-tirar-seu-titulo-de-eleitor-1> Acesso em 01/03/2018

 **ANEXO**

RESERVISTA ¹²

O Certificado de Alistamento Militar é o documento comprovante da apresentação para a prestação do Serviço Militar inicial, fornecido gratuitamente pelas autoridades indicadas em regulamentação da Lei. Ele comprova a inclusão do cidadão na Reserva do Exército, da Marinha ou da Aeronáutica e tem formato único para as três Forças Armadas.

O alistamento militar é um ato obrigatório a todo jovem brasileiro do sexo masculino. A inscrição deve ser realizada no período de 1º de janeiro a 30 de junho do ano em que o cidadão completar dezoito anos, na Junta de Serviço Militar (JSM) mais próxima de sua residência. O candidato concorrerá à seleção geral realizada no mesmo ano do alistamento podendo ser incorporado no quartel no ano seguinte. Quem se alista após os seis primeiros meses será encaminhado à seleção geral do ano seguinte ao alistamento.

O brasileiro que perder o prazo do alistamento deve comparecer a uma Junta de Serviço Militar mais próxima de seu domicílio, pagar a multa prevista na legislação vigente e realizar o seu alistamento militar.

LOCAL DO ALISTAMENTO

O alistamento é realizado na Junta de Serviço Militar mais próxima de seu domicílio.

DOCUMENTOS NECESSÁRIOS

Ao se dirigir a uma Junta de Serviço Militar, o brasileiro deverá estar munido dos seguintes documentos:

- Certidão de Nascimento, Casamento ou Carteira de Identidade original
- 2 (duas) fotos 3x4 (sem data e recente)
- Comprovante de Residência

O recrutamento militar compreende as seguintes fases: alistamento, seleção (aspectos físico, cultural, psicológico e moral), distribuição (encaminhado à Marinha, Exército ou Aeronáutica), e a incorporação (ingresso nas Forças Armadas).

¹² Fonte Adaptada: <http://www.brasil.gov.br/defesa-e-seguranca/2014/02/tire-suas-duvidas-sobre-o-alistamento-militar> Acesso em 01.03.2018

ANEXO

RESERVISTA

O brasileiro que não se alistar no prazo previsto estará em débito com o Serviço Militar na situação de “fora do prazo”. Ao não estar em dia com as suas obrigações militares, o cidadão não poderá:

- Obter passaporte ou prorrogação de sua validade;
- Ingressar como funcionário, empregado ou associado em instituição, empresa ou associações ligadas ao governo.
- Prestar exame ou matricular-se em qualquer estabelecimento de ensino;
- Obter carteira profissional e registro de diploma de profissões liberais
- Inscrever-se em concurso para cargo público;
- Exercer qualquer função pública ou cargo público
- Receber qualquer prêmio do Governo.

O QUE É O CERTIFICADO DE ALISTAMENTO MILITAR (CAM)?

Certificado de Alistamento Militar (CAM) é o documento comprovante da apresentação para a prestação do Serviço Militar inicial. Será fornecido gratuitamente pela Junta de Serviço Militar (órgão alistador). Nos limites da sua validade, e com as anotações devidas, o CAM é, ainda, documento comprobatório de que o brasileiro está em dia com as suas obrigações militares.

Após o alistamento, a data de retorno do brasileiro à Junta de Serviço Militar será anotada ou anexada no verso do Certificado de Alistamento Militar (CAM), para que o mesmo se apresente para a seleção geral ou dispensa do Serviço Militar.

 **ANEXO****MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR**

NOVAS REGRAS PARA CERTIDÕES DE NASCIMENTO, CASAMENTO E ÓBITO ¹³

Desde janeiro de 2018 começou a valer em todo o Brasil as novas regras para as certidões de nascimento, casamento e óbito. Todas as certidões devem conter o número de Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) obrigatoriamente incluído, inclusive recém-nascidos. Esse é o primeiro passo para a obtenção de um número único de identidade civil no país.

Maternidade e paternidade socioafetiva é aquela em que se estabelece relação de parentesco baseada em outros fatos que não a relação genética: o afeto, a convivência, o tratamento perante terceiros como se fosse filho e o exercício efetivo dos direitos e deveres inerentes ao poder familiar estão entre as novas regras.

Outra alteração é a extinção, nos documentos, dos quadros preestabelecidos para o preenchimento dos genitores. A partir de agora, uma criança recém-nascida poderá ter o nome de duas mães, dois pais ou até mesmo uma filiação entre três pessoas, como dois pais e uma mãe, respeitando as múltiplas configurações de família. Isso também evita lacunas em branco nos documentos, no caso de “pai desconhecido”.

O registro do local do nascimento da criança é opcional, seguindo as regras da lei sancionada pelo presidente da República, Michel Temer. Os pais poderão fazer o registro no município onde a criança nasceu ou no lugar onde fica a residência dos pais, biológicos ou adotivos. A certidão, agora, também tem espaço para o registro de outros documentos - como RG e PIS que, antes, não existia.

Luciano Dantas, que trabalha há mais de dez anos em um cartório na cidade de Arapiraca, diz que a mudança não trouxe nenhum prejuízo. Pelo contrário, as regras do CNJ mostram que caminhar de acordo com a sociedade contemporânea é um dever.

“Não apenas o reconhecimento de quem cuida, de fato, da criança. Mas, também, pequenos ajustes, como a inclusão do CPF, que vai trazer mais benefícios para a população”, salientou.

¹³ Fonte adaptada: <https://arapiraca.7segundos.com.br/noticias/2017/12/03/100014/cartorios-devem-seguir-novas-regras-para-certidoes-de-nascimento-casamento-e-obito.html> Acesso em 27.02.2018

MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR

DOCUMENTO NACIONAL DE IDENTIFICAÇÃO (DNI) ¹⁴

O governo federal lançou em fevereiro de 2018 o projeto-piloto do Documento Nacional de Identificação, que reunirá, num primeiro momento, RG, CPF e o título de eleitor.

O documento já havia sido sancionado pelo presidente Michel Temer em 2017. Agora, começa a fase de testes, em que cerca de 2 mil servidores do Ministério do Planejamento e do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) vão começar a usar a nova identificação. A meta do governo é que o serviço esteja disponível para a população a partir de julho de 2018.

O TSE, um dos órgãos responsáveis pelo documento, informou que o DNI funcionará de forma digital. O cidadão, quando for preciso, apresentará o documento no celular. Com isso, de acordo com o governo, ficará dispensado de apresentar documentos em papel, como CPF, certidão de nascimento, casamento ou título de eleitor.

Para quem não tiver celular, o governo afirmou que há a possibilidade de o número do DNI constar na carteira de identidade.

Quando o serviço estiver liberado para a população, o DNI ficará acessível a partir de um aplicativo gratuito para smartphones ou tablets, disponível nas plataformas Android e iOS. Será necessário que o cidadão tenha registro biométrico na Justiça Eleitoral.

Segundo o TSE, o DNI “poderá ser baixado pelo cidadão uma única vez e em um só dispositivo móvel, por questão de segurança”.

Ainda de acordo com o governo, o DNI poderá no futuro reunir outros documentos, desde que sejam firmados convênios com órgãos públicos para a integração da base de informações. Um dos exemplos citados foi o estudo de vincular ao DNI a Carteira Nacional de Habilitação (CNH).



¹⁴ Fonte Adaptada: <https://g1.globo.com/politica/noticia/governo-lanca-projeto-piloto-do-documento-nacional-de-identificacao-que-reune-cpf-e-titulo-de-eleitor.ghml> Acesso em 27.02.2018

ANEXO

MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR

NOVO MODELO DE CPF: COMO VAI SER? ¹⁵



A Receita Federal já está disponibilizando o novo modelo de CPF, desenvolvido com o objetivo de diminuir os riscos de fraudes.

Um dos documentos mais importantes para os brasileiros, o Cadastro de Pessoas Físicas foi criado em 1965, quando era chamado de Registro de Pessoas Físicas, com o objetivo de coletar as informações dos contribuintes obrigados a declarar rendimentos e bens. A nomenclatura atual veio em 1968.

Desde então, ele já foi apresentado sob a forma do cartão CIC (Cartão de Identificação do Contribuinte) e do cartão CPF, na cor azul, que foi emitido até junho de 2011. E agora, o documento ganha essa nova versão, que traz como principal novidade o QR Code.

O novo CPF passa a trazer, no seu verso, um QR Code, uma espécie de código de barras bastante popular em todo o mundo, que serve para facilitar o processo de verificação da autenticidade do documento.

Na frente, o CPF com QR Code continua a trazer o nome completo do contribuinte, além da sua data de nascimento e o número de inscrição do CPF. O logo da Receita Federal também aparece no anverso.

¹⁵ Fonte: <http://canaldecursos.com.br/informacoes/novo-modelo-de-cpf-como-vai-ser/> em 27.02.2018

ANEXO

MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR

NOVO MODELO DE CPF: COMO VAI SER?

É importante ressaltar que a novidade não será impressa em cartão, como os antigos cartões azuis do CPF. O contribuinte terá acesso à versão online do cartão, que pode ser impressa e plastificada.

Conforme a Receita Federal, há muitas vantagens do novo modelo de CPF, a começar pela já citada simplificação do processo de verificação de autenticidade, bastando apontar uma câmera de smartphone para o código. Anteriormente, era preciso acessar o site do órgão e digitar uma série de dados.

Dessa forma, diminuem-se as chances de fraudes com CPF, aumentando a segurança para bancos, lojas e empresas públicas, que poderão verificar a autenticidade do documento de maneira muito mais rápida e eficaz, sempre que se fizer necessário.

O QR Code no CPF pode ser encontrado tanto no comprovante de inscrição, que você imprime, plastifica e usa como cartão, quanto no comprovante de situação cadastral, que mostra a situação do documento perante a Receita Federal.

Para tirar o novo modelo de CPF com QR Code basta acessar o site da Receita Federal e preencher o formulário eletrônico com todos os dados solicitados (nome completo, nome da mãe, número do título de eleitor, etc.). O serviço é totalmente gratuito.

Vale ressaltar que os cartões CPF e os comprovantes de CPF antigos continuam válidos, mesmo com a adoção do novo modelo, conforme a Receita Federal. Dessa forma, não é necessário correr para tirar a versão mais moderna, você só a emite se desejar.

Outra informação importante é que a troca do antigo modelo pelo novo não implica na geração de um novo número de CPF.

Para esclarecer quaisquer dúvidas é só entrar em contato com a Receita, via internet ou pelo telefone 146.

ANEXO

E-TÍTULO ¹⁶

A Justiça Eleitoral lançou em dezembro de 2017 o e-Título, aplicativo que permitirá aos eleitores acessarem uma via digital do título eleitoral por meio do seu smartphone ou tablet. A novidade foi abraçada pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e será adotada em todo o país.

No aspecto sustentável, o e-Título surge como alternativa à emissão de títulos eleitorais em papel e trará ainda economia perceptível na redução dos custos da Justiça Eleitoral, como a emissão de segundas vias dos títulos extraviados, suprimimentos de impressora, entre outros. Para o eleitor, o benefício virá na facilidade de ter os seus dados eleitorais sempre seguros e disponíveis, diminuindo os riscos de extravios e danos ao título de eleitor.

Para acessar o documento digital, o eleitor deverá baixar o aplicativo e-Título, desenvolvido pela Justiça Eleitoral, e que já está disponível no Google Play e na App Store. Ao inserir no aplicativo, o número do seu título eleitoral, seu nome, o nome da mãe e do pai e a data de nascimento, o e-Título será validado e liberado. Ao ser acessado pela primeira vez, o documento será gravado localmente e ficará disponível ao eleitor.

A versão digital do título trará novidades em relação à via tradicional impressa. O documento terá agora a foto do eleitor para identificá-lo na hora da votação. Contudo, essa possibilidade vale apenas para aqueles eleitores que já fizeram o cadastramento biométrico, momento em que é capturada uma foto do cidadão junto com suas impressões digitais. No entanto, não há nada que impeça que os eleitores que ainda não fizeram o cadastramento biométrico baixem o aplicativo para usar no dia da eleição, porém terão de apresentar documento de identificação com foto.

A ideia é que o App seja um portal de acesso a vários outros serviços, inclusive com a possibilidade de a pessoa saber o seu local de votação e se está em dia com a Justiça Eleitoral (quitação eleitoral). Será até possível, futuramente, fazer a justificativa eleitoral pelo aplicativo.



¹⁶ Fonte Adaptada: <http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2017/Dezembro/aplicativo-e-titulo-da-justica-eleitoral-permite-ao-eleitor-votar-com-documento-digital> Acesso em 27.02.2018

 **ANEXO**

CARTEIRA DE TRABALHO DIGITAL APARECERÁ NO CELULAR E SERÁ ÚTIL EM 2 SITUAÇÕES¹⁷

Quem já perdeu e teve que tirar uma segunda via ou mesmo quem nem sabe por onde anda sua carteira de trabalho, vai gostar da última novidade do governo, que lançou uma carteira de trabalho digital para os trabalhadores consultarem o documento por meio de aplicativo no celular.

A carteira de trabalho digital servirá para consulta dos registros dos empregos e solicitação de 1ª ou 2ª via do documento. Ela pode ser baixada em qualquer celular, basta procurar o aplicativo “CTPS Digital” na loja virtual.







Apesar de ser bem moderna, a carteira digital não substitui completamente a versão impressa. Se você for contratado para um novo emprego, por exemplo, precisará apresentar o documento em mãos.

Outro app do governo ajuda a buscar vagas

O Governo também atualizou o aplicativo do Sistema Nacional de Emprego, o “Sine Fácil”.

Ele também está disponível para todos os celulares. Por meio dele, qualquer trabalhador pode procurar vagas de emprego e agendar entrevistas para funções que se encaixem no seu perfil.

¹⁷ Fonte: http://www.informaabc.com.br/regional/id-680892/carteira_de_trabalho_digital_aparecera_no_celular_e_sera_util_em_2_situacoes Acesso em 27.02.2018

AULA	TEMA	PESSOA FÍSICA E PESSOA JURÍDICA: SEMELHANÇAS E DIFERENÇAS								
8	OBJETIVO	■ Discutir com a turma as características, semelhanças e diferenças, entre Pessoa Física (PF) e de Pessoa Jurídica (PJ)								
TEMPO	ATIVIDADE									
10'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Informar que novos elementos serão apresentados sobre a identidade pessoal e empresarial. <p>Atividade: Quebra-Cabeça</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Convidar 8 voluntários para participar da atividade, formando duas equipes com quatro membros. Em seguida, perguntá-los: quem é bom em montar quebra-cabeça? ■ Entregar um quebra-cabeça para cada equipe e disponibilizar 5 minutos para a montagem. Esgotado o tempo, perguntar à turma: o que as imagens formadas representam? Estender a pergunta a todos os estudantes. ■ Após as considerações, se necessário, reforçar que a imagem do indivíduo representa uma Pessoa Física, enquanto que a imagem da indústria está relacionada à uma empresa, Pessoa Jurídica. ■ Solicitar que as imagens sejam afixadas no quadro para construir um quadro comparativo: PF de um lado e PJ do outro (ver sugestão de quadro no desenvolvimento desta aula). 									
35'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Agora que a turma já sabe que as imagens estão representando PF e PJ, lançar os seguintes questionamentos: <ul style="list-style-type: none"> ■ O que vocês entendem por Pessoa Física (PF)? ■ E por Pessoa Jurídica (PJ)? ■ Em seguida, elencar, dialogando com a turma, as características de cada imagem, ressaltando as semelhanças e diferenças conforme quadro abaixo: <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2" style="background-color: #008000; color: white; text-align: center;">QUADRO COMPARATIVO</th> </tr> <tr> <th style="width: 50%; text-align: center;">PESSOA FÍSICA*</th> <th style="width: 50%; text-align: center;">PESSOA JURÍDICA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">  </td> <td style="text-align: center;">  </td> </tr> <tr> <td style="vertical-align: top;"> 1 - Nome de registro Ex: Antônio Régis Pereira 2 - Apelido Ex: Toinho 3 - Qual o documento que legitima o cidadão para o estado? Resp = Certidão de Nascimento 4 - Independe de autorização do Estado para existir 5 - CPF: serve como registro do cidadão para fins fiscais 6 - Patrimônio sujeito à tributação 7 - Certidão de óbito </td> <td style="vertical-align: top;"> 1 - Razão social Ex: Antônio Régis Pereira ME (Micro Empresa) 2 - Nome Fantasia Ex: Sandubão 3 - Qual o documento que legitima uma empresa para o Estado? Resp = Registro oficial na junta comercial, onde é emitido o NIRE (Número de Identificação de Registro da Empresa). 4 - Sua constituição depende de autorização do Estado para existir 5 - CNPJ: serve como registro da instituição para fins fiscais 6 - Atividade sujeita à tributação 7 - Falência </td> </tr> </tbody> </table> <p>*Caso seja necessário, esclarecer que PF também pode ser denominada pessoa natural.</p>		QUADRO COMPARATIVO		PESSOA FÍSICA*	PESSOA JURÍDICA			1 - Nome de registro Ex: Antônio Régis Pereira 2 - Apelido Ex: Toinho 3 - Qual o documento que legitima o cidadão para o estado? Resp = Certidão de Nascimento 4 - Independe de autorização do Estado para existir 5 - CPF: serve como registro do cidadão para fins fiscais 6 - Patrimônio sujeito à tributação 7 - Certidão de óbito	1 - Razão social Ex: Antônio Régis Pereira ME (Micro Empresa) 2 - Nome Fantasia Ex: Sandubão 3 - Qual o documento que legitima uma empresa para o Estado? Resp = Registro oficial na junta comercial, onde é emitido o NIRE (Número de Identificação de Registro da Empresa). 4 - Sua constituição depende de autorização do Estado para existir 5 - CNPJ: serve como registro da instituição para fins fiscais 6 - Atividade sujeita à tributação 7 - Falência
QUADRO COMPARATIVO										
PESSOA FÍSICA*	PESSOA JURÍDICA									
										
1 - Nome de registro Ex: Antônio Régis Pereira 2 - Apelido Ex: Toinho 3 - Qual o documento que legitima o cidadão para o estado? Resp = Certidão de Nascimento 4 - Independe de autorização do Estado para existir 5 - CPF: serve como registro do cidadão para fins fiscais 6 - Patrimônio sujeito à tributação 7 - Certidão de óbito	1 - Razão social Ex: Antônio Régis Pereira ME (Micro Empresa) 2 - Nome Fantasia Ex: Sandubão 3 - Qual o documento que legitima uma empresa para o Estado? Resp = Registro oficial na junta comercial, onde é emitido o NIRE (Número de Identificação de Registro da Empresa). 4 - Sua constituição depende de autorização do Estado para existir 5 - CNPJ: serve como registro da instituição para fins fiscais 6 - Atividade sujeita à tributação 7 - Falência									
5'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Formar o círculo e rodar um pincel no centro da sala. As pessoas que estiverem na direção da ponta e da traseira do pincel, terão que compartilhar com a turma: qual o aprendizado mais significativo da aula de hoje? 									

MATERIAL NECESSÁRIO

- Quebra-cabeça
- Pincel

ORIENTAÇÕES

- Estudar previamente o quadro comparativo PF e PJ

MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR

PESSOA FÍSICA E PESSOA JURÍDICA¹⁸

Muitas pessoas não sabem de fato quais as principais diferenças entre pessoa física e pessoa jurídica, e quais suas implicações na sociedade civil atual. Para esclarecer de uma vez, aqui estão os conceitos instituídos no Código Civil de 2002.

Pessoa física é todo e qualquer indivíduo, homem ou mulher, capaz de perceber o mundo através de seus sentidos e razão. Todo indivíduo é um ser humano, e está sujeito às leis físicas da natureza. Também é chamado de “pessoa natural”, pois é a denominação do ser que possui personalidade, desde o seu nascimento até sua morte. Para exercer uma atividade econômica, a pessoa física pode atuar como autônoma ou como sócia de uma empresa ou sociedade simples.



Algumas características:

- Natural
- Existência independente de autorização
- Patrimônio sujeito a tributação
- Atividade financeira monitorada pelo Estado
- Morte

Pessoa jurídica: A pessoa jurídica não se relaciona ao indivíduo em si, mas às entidades. Essas entidades possuem responsabilidades jurídicas perante a lei, conforme o artigo 40 do Código Civil.

Algumas características:

- Constituídas por ato jurídico
- A constituição depende de autorização do Estado
- Deixa de existir por extinção (falência)
- Atividade sujeita a tributação
- Registros sob controle do Estado

¹⁸ Fonte adaptada: <https://tudodireito.wordpress.com/2013/03/04/pessoa-fisica-x-pessoa-juridica/>
Acesso em 25.08.2018



ANEXO

MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR

RAZÃO SOCIAL ¹⁹

Também chamado de denominação social ou firma empresarial, a razão social é o nome jurídico de uma empresa que constará em todos os tipos de documentos formais relativos a ela, como talão de cheques, cartão de CNPJ, alvará etc. Uma nova empresa é obrigada a informar sua razão social durante o processo de abertura em uma junta comercial ou cartório, sendo, inclusive, o primeiro item a ser informado no contrato social.

Vale ressaltar que é vedada a utilização de uma razão social igual ou similar a outra já existente e, além disso, existem algumas outras restrições à sua escolha. Não lhe será permitido incluir em sua razão social o nome de algo que faça referência a uma área de atuação do mercado que não é a de sua empresa — por exemplo, se sua empresa é uma do ramo de informática, sua razão social não pode constar como “Empresa X Veículos” ou “Empresa Y Alimentos”. Por fim, no final da razão social de uma empresa deve constar se ela é uma Sociedade Anônima (S/A), Limitada (LTDA) ou qualquer outro tipo de atuação.

Por se tratar de um nome que não aparece ao público, muitas pessoas acabam não dando muita importância para qual razão social escolher. Entretanto, um empresário deve se lembrar que esse é o nome que será visto por possíveis futuros sócios, parceiros ou investidores e, sendo assim, passar uma boa impressão nesse aspecto torna-se algo essencial e que deve ser lembrado.

NOME FANTASIA

Trata-se do nome de uma empresa que será divulgado ao público, exibido no logotipo, ações de marketing etc. Diferentemente da razão social, uma empresa não é obrigada a escolher um nome fantasia e, além disso, esse nome não precisa ter nenhuma relação com a razão social escolhida anteriormente.

As únicas restrições ao nome fantasia são que não façam referência a outro setor de atuação do mercado que não o de sua empresa e que não seja igual ao de outra empresa que atue no mesmo ramo. O nome fantasia muitas vezes é considerado a marca oficial de uma empresa, mas, até que ela faça o registro no Instituto Nacional de Propriedade Industrial — INPI —, esse não é o caso.

¹⁹ Fonte adaptada: <https://quickbooks.intuit.com/br/blog/documentacao/razao-social-nome-fantasia-diferencas/> Acesso em 06.03.2018

AULA	TEMA	ECONOMIA: ENTENDENDO COMO ELA SE MOVIMENTA
9	OBJETIVO	■ Provocar o grupo a melhor compreender o conceito e noções básicas de Economia

TEMPO	ATIVIDADE
10'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Fazer uma retrospectiva da aula passada: <ul style="list-style-type: none"> ■ Qual o assunto trabalhado na aula passada? ■ O que aprenderam de interessante sobre Pessoa Física? ■ O que mais lhes chamou atenção sobre Pessoa Jurídica? ■ Logo depois do diálogo com os estudantes, dizer que são essas pessoas, físicas e jurídicas, que movimentam a ECONOMIA, seja do bairro, da cidade, do estado e do país. ■ Perguntar à turma: mas o que é mesmo economia? ■ Lembrar que não é preciso apresentar conceitos prontos, que a soma das contribuições é que vai formar esse conceito.
35'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <p>Atividade: Tarjetas da Economia</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Embaralhar todas as tarjetas (anexo), tanto as que contêm as palavras geradoras (azul), quanto as que contêm os conceitos (verde), e espalhá-las no centro da sala com os conteúdos virados para baixo. ■ Pedir para que voluntários levantem, peguem uma tarjeta e voltem aos seus lugares; ■ Solicitar, um por vez, que leiam as tarjetas "azuis" (palavras geradoras), em seguida comentem sobre o que entendem a respeito do tema e coleem no quadro/parede. ■ Pedir aos estudantes que estão com as tarjetas "verdes", referentes aos conceitos, que façam a leitura em voz alta, um por vez, e coleem fazendo uma associação com a palavra geradora correspondente. ■ Depois desse exercício, realizar a leitura dialogada do texto "O que é Economia?" (anexo), fazendo os devidos esclarecimentos de cada termo e esclarecendo as possíveis dúvidas.
5'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Retomar a atividade para checar se todas as associações foram feitas corretamente, caso contrário, solicitar que os estudantes façam as devidas correções. ■ Convidar a turma a formar um círculo e lançar a seguinte indagação: Qual o seu papel na Economia? Apenas uma pessoa responde!

MATERIAL NECESSÁRIO

- Tarjetas
- Fita adesiva
- Texto "O que é Economia?"

ORIENTAÇÕES

- Preparar as tarjetas, antecipadamente (sugestão: imprimir em cores azul e verde)
- Estudar previamente o texto "Economia"

ANEXO

O QUE É ECONOMIA? ²⁰

É uma ciência que se preocupa com a alocação dos recursos escassos para a satisfação das necessidades humanas, que são ilimitadas. O termo economia vem do grego *oikos* (casa) e *nomos* (costume ou lei), daí “regras da casa (lar)”.

Recursos: tudo o que utilizamos para produzir. Podem ser limitados em quantidade, combináveis ou não. Classificam-se em:

Recursos livres: são os recursos abundantes. Ex: ar, sol.

Recursos escassos ou recursos econômicos: são limitados Ex: água, terra agrícola.

Recursos produtivos: são aqueles utilizados como fatores de produção. Ex: Terra, trabalho, capital, capacidade empresarial, tecnologia. Eles se dividem em humanos e não humanos.

NECESSIDADES HUMANAS

São diversificadas e insaciáveis. Sensação da falta de alguma coisa, unida ao desejo de satisfazê-la.

BENS

Bem é o que satisfaz nossas necessidades. Os bens podem ser livres (se existem em abundância) ou econômicos (quando são bens materiais ou serviços limitados – de alto custo ou existentes em pouca quantidade).

Os bens materiais são chamados de consumo e podem ser duráveis e não duráveis. Já os bens de capital são os que são utilizados para produzir outros bens. Os bens podem ser classificados também como intermediários e finais. Intermediários: não estão prontos para o consumo, vão sofrer um processo de transformação. Finais: são os que já se encontram prontos para o consumo.

SERVIÇOS

Não se destinam a produzir um bem, mas a satisfação da sociedade, por meio de uma atividade. Podemos diferenciar “bem” como algo tangível e “serviço” como algo não tangível.

²⁰ Fonte: Texto disponível em: http://klipzsites.com.br/escola/ppe/aula03_2.pdf Acesso em 02.03.2018

 **ANEXO**

MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR

ATIVIDADE: TARJETAS DA ECONOMIA

PALAVRAS GERADORAS

ECONOMIA

**RECURSOS
ESCASSOS**

**RECURSOS
LIVRES**

continua >

ANEXO

MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR

ATIVIDADE: TARJETAS DA ECONOMIA

PALAVRAS GERADORAS

continuação

**NECESSIDADES
HUMANAS**

BENS

SERVIÇOS

ANEXO

MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR

CONCEITOS

É uma ciência que se preocupa com a alocação dos recursos escassos para a satisfação das necessidades humanas, que são ilimitadas.

São aqueles que não existem em abundância e que pagamos pela sua utilização.

São diversificadas e insaciáveis.
Sensação da falta de alguma coisa, unida ao desejo de satisfazê-la.

 **ANEXO****MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR****CONCEITOS****continuação**

É o que satisfaz nossas necessidades. Podem ser livres (se existem em abundância) ou econômicos (quando são bens materiais ou serviços limitados – de alto custo ou existentes em pouca quantidade).

Não se destinam a produzir um bem, mas a satisfação da sociedade, através de uma atividade. Podemos diferenciar “bem” como algo tangível e “serviço” como algo não tangível.

São os recursos abundantes. Ex: Ar, Sol.

AULA	TEMA	SETORES DA ECONOMIA E DA SOCIEDADE
10	OBJETIVO	■ Apresentar e discutir a diferença entre os setores da economia e os setores da sociedade.

TEMPO	ATIVIDADE
10'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Solicitar que os estudantes relembrem o que foi visto na aula passada. ■ Após as contribuições, lançar os seguintes questionamentos: <ul style="list-style-type: none"> ■ Vocês sabiam que a economia é dividida em setores? ■ Conhecem algum desses setores? Exemplifique! ■ Vocês sabiam que a sociedade também tem seus setores? Quais são eles? ■ E agora, quais os setores da economia e quais os setores da sociedade? ■ Estimular a participação dos estudantes.
35'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Para entenderem melhor sobre esse assunto, dividir a turma em 6 equipes para realizar a leitura dos textos: “Setores da economia” e “Setores da sociedade” (anexo). ■ Cada equipe ficará responsável por estudar e montar uma apresentação, conforme divisão abaixo: (15min) <ol style="list-style-type: none"> 1. Setor primário 2. Setor secundário 3. Setor terciário 4. Primeiro setor 5. Segundo setor 6. Terceiro setor ■ Entregar para cada equipe, imagens (material de suporte) que representem o seu setor. A partir dessas imagens, devem ser construídas as apresentações. ■ Uma vez montada as apresentações, solicitar que as equipes 1 e 4, 2 e 5, 3 e 6; se integrem para discutir as semelhanças e as diferenças de seus setores, tendo em vista que um é da economia e o outro é da sociedade. (5 min) ■ Apresentação das 6 equipes, seguindo a ordem: 1, 4, 2, 5, 3 e 6.
5'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Para finalizar a aula, fazer uma rápida síntese do que foi abordado: <p>SETORES DA ECONOMIA</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Primário: matéria-prima ■ Secundário: transformação ■ Terciário: comércio e serviços <p>SETORES DA SOCIEDADE</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Primeiro setor: governo ■ Segundo setor: empresas privadas ■ Terceiro setor: sociedade civil, representada por ONGs, fundações...

MATERIAL NECESSÁRIO

- Texto: “Setores da Economia”
- Texto: “Setores da Sociedade”
- Imagens – Setores da Economia
- Imagens – Setores da Sociedade
- Cartolinas / papel madeira, pincéis, canetinhas, cola.

ORIENTAÇÕES

- Estudar os textos sobre setores da economia e da sociedade para embasar as discussões em sala

ANEXO

SETORES DA ECONOMIA

SETOR PRIMÁRIO ²¹

Por Edson Canal Girardi

Denomina-se como Setor Primário os segmentos da economia que produzem matérias primas, como a agricultura, a pecuária, a pesca e o extrativismo mineral. É um grande setor em países subdesenvolvidos: na África, a maioria dos países tem suas populações vivendo de agricultura de subsistência.

Em países desenvolvidos, a agricultura tornou-se mais desenvolvida tecnologicamente, mecanizando suas fazendas, ao contrário de técnicas rudimentares manuais. Por exemplo, nos Estados Unidos, o milho é plantado com tratores, que também espalham os defensivos, cortam-no e o embalam, sem contato com a mão humana. Observa-se de um modo geral, que, quanto mais uma economia é desenvolvida, maior é o investimento em novas tecnologias para sua expansão.

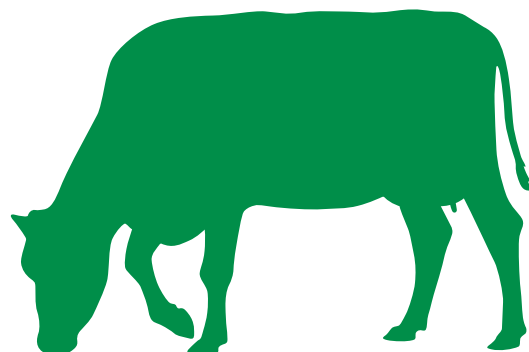
Estes avanços em investimentos e novas tecnologias permitem ao setor primário cada vez contar com menos mão-de-obra, permitindo a estes países contarem com percentuais cada vez menores de pessoas empregadas neste setor. Com isso, um grande percentual de trabalhadores desloca-se para os setores secundário e terciário.

Mesmo em países subdesenvolvidos, a agricultura tem papel importante em seu desenvolvimento. Com a melhoria de seus sistemas de saúde, a expectativa de vida melhora; e melhora também sua qualidade. Além disso, aumenta sua renda per capita, fazendo com que as pessoas consumam mais, aumentando a demanda por alimentos.

Muitos estudiosos encaram o futuro da agricultura contando cada vez menos com mão-de-obra: a que restar, vai ser altamente especializada para o manuseio de grandes máquinas. Isso depende de toda a sociedade voltada para a busca do conhecimento, pois o aumento do nível educacional faz com que os responsáveis pelo Setor Primário voltem seus investimentos para que sejam tomadas as melhores decisões e sejam empregadas as técnicas corretas para o benefício do próprio agricultor.

No Brasil, o Setor Primário é bastante desenvolvido nas regiões Centro-Oeste, Sul e Sudeste: nas plantações de soja, milho e cana-de-açúcar são usadas muitas máquinas, e a especialização tem que ser grande para operá-las. Nas regiões Norte e Nordeste (principalmente), ainda há o predomínio de agricultura de subsistência, para baixos índices de produção e, muitas vezes, com altos níveis de desperdício de alimentos, na hora da comercialização.

²¹ Fonte: <https://www.infoescola.com/economia/setor-primario/> acesso em 02.02.2018



SETORES DA ECONOMIA

SETOR SECUNDÁRIO ²²

Por Eduardo de Freitas

O setor secundário corresponde a um ramo de atividade que processa ou transforma os produtos oriundos do setor primário (agricultura, pecuária, extração mineral, vegetal e animal entre outros) em bens de consumo ou mesmo máquinas.

Atualmente, todas as sociedades se encontram repletas de produtos industrializados, uma vez que esses passam por um processo de transformação de matéria-prima em algum produto que tem como finalidade atender à necessidade humana.

Esse setor da economia é bastante abrangente, agrega indústria de todos os tipos, como frigoríficos, laticínios, fábricas de roupas, calçados e alimentos em geral, além de construções que vão desde as mais simples até as mais complexas.

Em uma abordagem histórica é possível analisar todas as etapas que provocaram a evolução do setor secundário, tendo sido classificadas em: artesanato, manufatura e indústria moderna.

Artesanato: corresponde à primeira etapa na qual o produto é concebido, a partir da transformação de uma determinada matéria-prima em um produto. O que o difere do processo atual é o sistema de produção ou maneira como é confeccionado: o trabalho que é conhecido como um ofício era desenvolvido em todas as etapas por um único executor, denominado de artesão, que realizava a elaboração de seu ofício sem auxílio de máquinas, usando predominantemente instrumentos simples, suas mãos e seu talento.

Manufatura: representa a segunda etapa do setor secundário na história, quando já haviam surgido algumas máquinas manuais simples e o trabalho não mais era executado por uma única pessoa, pois passa a existir a divisão de tarefas no processo de produção.

Indústria moderna: compreende a terceira etapa, que configura como a mais atual nesse segmento, pois seu processo produtivo está diretamente ligado ao uso de tecnologias, como a robótica, e a máquinas cada vez mais sofisticadas que, para serem usadas, utilizam uma grande quantidade de energia. Nessa etapa, cada trabalhador exerce quase que exclusivamente uma tarefa, visando a dinamizar o trabalho com agilidade e rapidez. O resultado esperado é a utilização de um menor tempo na confecção de um produto.

²² Fonte: <https://www.infoescola.com/economia/setor-terciario/> Acesso em 02.03.2018

ANEXO

SETORES DA ECONOMIA

SETOR SECUNDÁRIO

continuação

Devido à exigência do mercado e a efetiva concorrência que vigora em nível global, o setor industrial ou setor secundário tem se tornado um dos mais importantes segmentos produtivos. A busca por mercado e por atingir um número cada vez maior de consumidores e, automaticamente, expandir suas atuações, promove uma necessidade de fazer uso de um arsenal tecnológico que promova a melhor qualidade dos produtos e a diminuição dos custos, utilizando materiais de fácil reciclagem e que não provoquem tantos impactos ao ambiente.

O setor secundário exerce uma função social, pois gera empregos nas indústrias e nos segmentos de revenda e distribuição dos produtos, além de disponibilizar uma série de objetos que atualmente são tidos como indispensáveis para a humanidade (habitação, alimentos, vestuário e alguns nem tanto necessários como capas de celulares, artigos de decoração entre muitos outros) e, desse modo, gera uma série de facilidades para a vida das pessoas.



VORONIN76/SHUTTERSTOCK

SETORES DA ECONOMIA

SETOR TERCIÁRIO ²³

Por Edson Canal Girardi

Setor terciário (também conhecido como setor de serviços) é aquele que engloba as atividades de serviços e comércio de produtos. Os serviços são definidos na literatura econômica moderna como “bens intangíveis”.

O Setor Terciário envolve as provisões de serviços tanto para outros negócios como para consumidores finais. Estes podem ser: transportes, vendas; distribuição de bens dos produtores aos consumidores, entre outros. Podem ser também de outros serviços não ligados diretamente ao produto final, como controle de pragas e entretenimento. Os bens podem ser transformados também, como acontece em um restaurante ou em uma eletrônica. Assim, o foco está na **interação entre pessoas**, proporcionando um produto ou serviço que satisfaça os anseios de quem o(s) demandou.

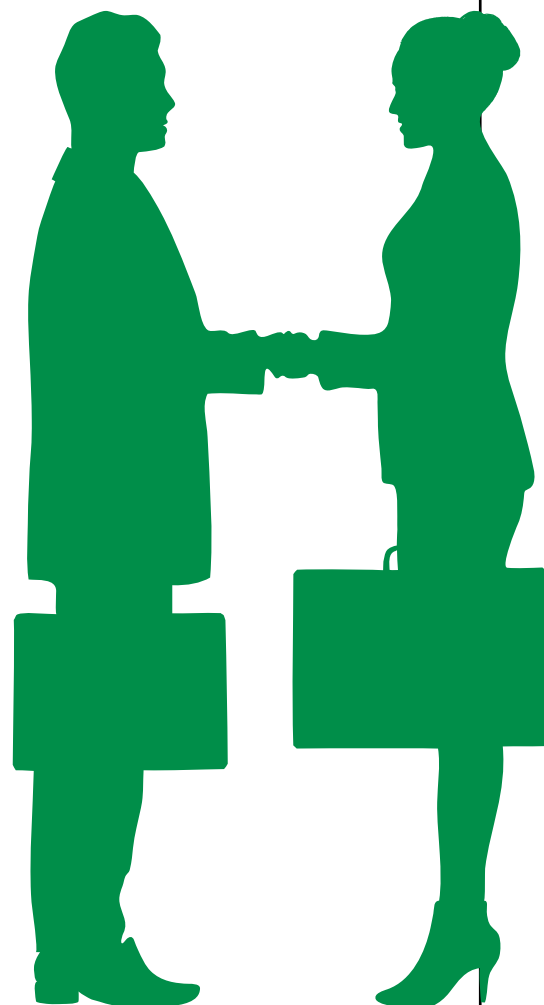
Como componentes do Setor Terciário, podemos citar:

- Turismo
- Serviços bancários
- Restaurantes
- Hospitais
- Serviços de consultoria
- Corretagem de imóveis
- Serviços públicos.

Estes últimos são considerados parte do Setor Terciário quando providenciam serviços básicos à sociedade, como educação e saúde. Quando cuidam da construção da infraestrutura de um país, com a construção de estradas, pontes, etc., podem ser considerados como parte do Setor Secundário.

Os serviços são difíceis de ser classificados, pois são intangíveis e incontáveis. Assim, é mais complexo para os consumidores mensurarem e entenderem o valor do serviço que estão pagando para obter.

Por exemplo: como fazer a diferenciação de dois hotéis que oferecem o mesmo serviço por preços idênticos? A diferenciação e a qualidade no atendimento farão o consumidor se decidir por aquele que mais o agrada com pequenos detalhes.



²³ Fonte: <https://www.infoescola.com/economia/setor-terciario/> Acesso em 02.03.2018

ANEXO

SETORES DA SOCIEDADE

PRIMEIRO SETOR DA SOCIEDADE ²⁴

Tradicionalmente, o primeiro setor é o Estado, representado por entes políticos (Prefeituras Municipais, Governos dos Estados, Presidência da República). Além destes, podem-se destacar os Ministérios, Secretarias, Autarquias, entre outras – que possuem e exercem o caráter público. É o governo, representando o uso de bens públicos para fins públicos.

SEGUNDO SETOR DA SOCIEDADE ²⁵

É o setor que compreende as instituições privadas, com fins lucrativos. São indústrias, comércio e empresas de prestação de serviços, pautadas pelo que se chama mercado ou livre iniciativa.

Embora tenham o lucro como principal foco, o segundo setor tem se preocupado e se voltado, mais recentemente, para práticas de responsabilidade social, essencialmente através de parcerias com o terceiro setor.

TERCEIRO SETOR DA SOCIEDADE ²⁶

Leilah Landim

O conceito de Terceiro Setor é uma novidade, é uma proposta de experimentação social, uma tentativa de trabalho conjunto que tem o intuito de reunir instituições muito diversas e essa experimentação só poderá ter resultados positivos com uma nova proposta de relação do Estado com a Sociedade Civil.

Os principais personagens do Terceiro Setor são as Fundações, ONGs e Empresas com responsabilidade social. Há um número muito pequeno de fundações no Brasil e algumas delas tem pouca atuação social. Um quadro muito tímido perto do que acontece nos Estados Unidos, onde existem 40.000 (quarenta mil) Fundações, sendo que a décima colocada possui um patrimônio de 10 bilhões de dólares e a nossa maior Fundação tem um patrimônio de 1 bilhão de dólares.

Enquanto a transformação da realidade social é a razão que sustenta o movimento social, a realização de iniciativas e a execução de projetos para a integração social são o que dá sentido à existência das organizações de voluntariado e das ONGs.

O Instituto Aliança, parceiro da Secretaria na elaboração da metodologia e dos conteúdos utilizados nesta disciplina, é uma organização do Terceiro Setor.

²⁴ Fonte: Texto disponível em <http://desvendando3setor.blogspot.com.br/p/2-conheca-as-diferenca-entre-o-primeiro.html>. Acesso em: 24.08.2018

²⁵ Fonte: Texto disponível em <http://www.crescer.org/glossario/s.htm>. Acesso em: 21.12.2012

²⁶ Fonte: Texto disponível em <http://www.wooz.org.br/setor3monografia6.htm>. Acesso: 10.01.2012

AULA	TEMA	PESQUISANDO, APRENDENDO E CRIANDO
11	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Iniciar o processo de customização dos Dossiês ■ Pesquisar identidade das empresas (razão social, nome fantasia...) ■ Relacionar o conteúdo trabalhado nas aulas com a prática empresarial

TEMPO	ATIVIDADE
10'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Provocar os estudantes: <ul style="list-style-type: none"> ■ Quem costuma assistir ao jornal? ■ Tem sido bem comum os meios de comunicação falarem em “Dossiê” nos noticiários. Vocês sabem o que é um Dossiê? ■ Após as contribuições da turma, formalizar o conceito de Dossiê²⁷: é uma coleção de documentos relativos a um processo, a um indivíduo ou a qualquer assunto. ■ Lembrar que nas primeiras aulas de Mundo do Trabalho, foi dito que neste ano eles iriam constituir uma empresa, paulatinamente. Esse trabalho se realizará através da confecção de um Dossiê, onde irão colecionar tudo que for produzido sobre essa empresa. ■ Formar equipes de 5 estudantes utilizando o intervalo numérico da chamada (Ex: sala com 36 estudantes – intervalo de 1 ao 36): <ul style="list-style-type: none"> ■ Convidar, aleatoriamente, um estudante, para escolher quatro números no intervalo correspondente (ex: 1 ao 36) ■ Anotar o nome do estudante e a numeração que escolheu, pois essa será uma equipe ■ Convidar mais um estudante para escolher quatro números do intervalo ■ Anotar o nome do estudante e a numeração mencionada, pois essa será uma equipe ■ Repetir o critério até que todos os estudantes estejam em uma equipe <p>Obs: a numeração não poderá se repetir</p>
25'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Pesquisar no laboratório empresas locais, nacionais ou multinacionais, buscando sistematizar informações, conforme o instrumental “Pesquisando e Aprendendo” (anexo).
15'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Entregar uma pasta a cada equipe para que a customizem, utilizando toda criatividade e imaginação, de acordo com o que foi produzido: razão social, nome fantasia, dando cor... <p>Obs: disponibilizar papel, canetinhas, pincéis, cartolinas</p>

MATERIAL NECESSÁRIO
<ul style="list-style-type: none"> ■ Pincéis, canetinhas, Giz de cera, cola, tesoura ■ Uma pasta para cada equipe ■ Instrumental “Pesquisando e Aprendendo”

ORIENTAÇÕES
<ul style="list-style-type: none"> ■ Reservar o laboratório com antecedência.

²⁷ Fonte: <https://www.dicio.com.br/dossies/> Acesso em 24.08.2018



PESQUISANDO E APRENDENDO

Obs: na pasta material de suporte tem um arquivo para impressão, com dois instrumentais por folha.

PESQUISANDO E APRENDENDO	
Equipe	
Empresa pesquisada/razão social	
Nome fantasia	
Em qual setor da economia ela pertence? Comente!	
Está inserida em qual setor da sociedade? Comente!	
Informações adicionais	

AULA	TEMA	DOSSIÊ I: CONSTRUÇÃO DAS EMPRESAS
12	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Colocar em prática os conceitos aprendidos na criação de uma empresa fictícia. ■ Fortalecer a integração e aperfeiçoar o desenvolvimento do trabalho em equipe e o intraempreendedorismo. ■ Correlacionar com o trabalho desenvolvido na disciplina de Empreendedorismo, destacando as complementaridades.

TEMPO	ATIVIDADE
10'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Informar à turma que hoje se inicia a construção das empresas e que, ao longo desse ano, haverá algumas paradas estratégicas para que, baseados em conceitos já estudados, possam ir criando, acrescentando, dando vida a esse empreendimento. ■ Explicar que não se trata de uma atividade igual à de Empreendedorismo, no entanto, as 2 disciplinas se complementam e o grupo irá identificar em que e como elas se complementam, na medida em que as produções avancem. ■ Escrever no quadro a frase pronunciada por Paulo Lemann: "PENSAR GRANDE E PENSAR PEQUENO DÁ O MESMO TRABALHO" e pedir para que os estudantes comentem ■ Perguntar: vocês conhecem Paulo Lemann? ■ Explicar que Paulo Lemann é um grande empreendedor, que tem um mix de investimentos de sucesso. Ex: Lojas Americanas, Burguer King, AMBEV, dentre outros. Paulo vem investindo também na construção de uma rede de escolas de alta qualidade acadêmica e vem voltando seus olhos e recursos para potencializar <i>STARTUPS</i>. ■ Continuar: Vocês sabem o que é uma <i>Startup</i>? ■ Dialogar, rapidamente, sobre o conceito de <i>startups</i> (material de suporte para o professor) e citar exemplos (uber, ifood, netflix, spotify, airbnb). ■ Sensibilizar a turma para dar asas à imaginação, para pensarem "fora da caixa", para criarem empresas inovadoras e não somente empresas tradicionais. ■ Retomar a frase: "PENSAR GRANDE E PENSAR PEQUENO DÁ O MESMO TRABALHO". ■ Motivar os estudantes: Pensem grande e mãos à obra!!!
35'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Convidar as equipes formadas na aula passada a se reunirem, entregar o instrumental "Dossiê 1 – Cadastro da empresa" (anexo) e dar vida aos seus empreendimentos, desenvolvendo os seguintes pontos: <ul style="list-style-type: none"> ■ Ramo de atividade ■ Razão social ■ Nome fantasia ■ CNPJ ■ Setor da economia (Justifique) ■ Setor da sociedade (Justifique) ■ Passar em todas as equipes acompanhando o desenvolvimento do Dossiê e fazendo as orientações necessárias. ■ IMPORTANTE: As produções não serão apresentadas nesta aula, devem apenas ser anexadas ao Dossiê, e no dia da culminância do bimestre (aula 19) compartilhadas com a turma.
5'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Convidar a turma para ficar em círculo e perguntar: <ul style="list-style-type: none"> ■ Como foi a aula de hoje? ■ Alguém sentiu dificuldade em avançar no desafio proposto? ■ Finalizar refletindo sobre a frase: "A vitória está reservada para aqueles que estão dispostos a pagar o preço" – Sun Tzu ■ Comentar: "Permitam-se e os resultados aparecerão naturalmente!!!!"

MATERIAL NECESSÁRIO

- Instrumental "Dossiê 1 – Cadastro da Empresa"
- Canetas

ORIENTAÇÕES

- Leitura prévia do texto "O que é Startup?"
- Impressão do instrumento "Dossiê 1 – Cadastro da Empresa" para cada equipe

 ANEXO**MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR****O QUE É *STARTUP*?²⁸**

Startup é um termo em inglês e significa o ato de começar algo, normalmente relacionado com companhias e empresas que estão no início de suas atividades e que buscam explorar atividades inovadoras no mercado.

Empresas startup são jovens e buscam a inovação em qualquer área ou ramo de atividade, procurando desenvolver um modelo de negócio escalável e que seja repetível.

Um modelo de negócio é a forma como a empresa gera valor para os clientes. Um modelo escalável e repetível significa que, com o mesmo modelo econômico, a empresa vai atingir um grande número de clientes e gerar lucros em pouco tempo, sem haver um aumento significativo dos custos.

O termo startup, para designar empresas recém-criadas e rentáveis, começou a ser popularizado nos anos 1990, quando houve a primeira grande “bolha da internet”. Muitos empreendedores com ideias inovadoras e promissoras, principalmente associadas à tecnologia, encontraram financiamento para os seus projetos, que se mostraram extremamente lucrativos e sustentáveis.

Naquele período, grande parte da explosão de empresas startup surgiu no Vale do Silício (Silicon Valley), uma região da Califórnia, Estados Unidos, de onde saíram empresas como Google, Apple Inc., Facebook, Yahoo!, Microsoft, entre outras.

Todas essas empresas são exemplos de startups que hoje estão fortemente solidificadas e são líderes nos seus setores de atuação no mercado.

Contudo, os empreendedores devem ter em mente que a fase inicial de uma startup é sempre marcada por um cenário de incertezas. Algumas ideias aparentemente rentáveis podem se revelar inaplicáveis. Por isso, atenção: tem que ter a cabeça no infinito e os pés no chão!

²⁸ Fonte: <https://www.significados.com.br/startup/> Acesso em 24.08.2018



MATERIAL DE SUPORTE DO PROFESSOR

Professor, segue abaixo o instrumental para elaboração das equipes.

DOSSIÊ 1 CADASTRO DA EMPRESA	
RAMO DE ATIVIDADE	
RAZÃO SOCIAL	
NOME FANTASIA	
SETOR DA ECONOMIA	
SETOR DA SOCIEDADE	
INFORMAÇÕES ADICIONAIS	

AULA	TEMA	COMO DEFINIR PRIORIDADES E MANTER O FOCO
13	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Propiciar um momento de reflexão sobre o que é urgente e o que é importante ■ Promover um espaço para que os estudantes reflitam sobre suas tarefas e prioridades, para que consigam manter o foco no que realmente é importante

TEMPO	ATIVIDADE
10'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Escrever no quadro as palavras URGENTE e IMPORTANTE, e pedir voluntários para comentar o significado das palavras. ■ Explicar que as atividades URGENTES do nosso cotidiano são aquelas que exigem nossa atenção imediata e são vividas geralmente, em momentos de estresse. Já as atividades IMPORTANTES, apesar de terem prazo para serem concluídas, podem ser tratadas da forma adequada, planejadas para que sejam executadas dentro do prazo.
30'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Entregar o instrumental “Urgente x Importante” (anexo) e solicitar que preencham com atividades do dia a dia (pessoais, escolares, profissionais, etc.), procurando separá-las entre: URGENTE E IMPORTANTE, NÃO URGENTE E IMPORTANTE, URGENTE E NÃO IMPORTANTE, NÃO URGENTE E NÃO IMPORTANTE. ■ Após concluírem, pedir que compartilhem em duplas e depois em quartetos. ■ Pedir que comentem em qual quadrante teve mais respostas descritas por eles e pelos colegas.
10'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Exibir a mídia “Urgente x Importante” (material de suporte) e concluir ressaltando que esses conceitos são úteis tanto para a vida pessoal como profissional. ■ Reforçar: “a partir do momento em que me organizo, defino minhas prioridades, posso agir de modo a evitar o que é urgente e manter o foco no que realmente é importante”.

MATERIAL NECESSÁRIO

- Instrumental “Urgente x Importante”
- Mídia: Urgente x Importante (Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=_Kg_jL3Tt0k Acesso em 27.08.2018)

ORIENTAÇÕES

- Ler previamente o texto “Urgente, Importante e Prioridade: Qual a Diferença?”
- Para a atividade proposta para a próxima aula, será necessário você incluir a MISSÃO, VISÃO e VALORES da escola.

 **ANEXO****MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR**
INSTRUMENTAL:
URGENTE X IMPORTANTE

1. URGENTE E IMPORTANTE	2. NÃO URGENTE E IMPORTANTE
3. URGENTE E NÃO IMPORTANTE	4. NÃO URGENTE E NÃO IMPORTANTE
5. URGENTE E IMPORTANTE	6. NÃO URGENTE E IMPORTANTE
7. URGENTE E NÃO IMPORTANTE	8. NÃO URGENTE E NÃO IMPORTANTE

ANEXO

MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR

URGENTE, IMPORTANTE E PRIORIDADE: QUAL A DIFERENÇA? ²⁹

Todo o nosso tempo é distribuído entre atividades importantes, urgentes e prioritárias. Acontece que muitas vezes não temos disciplina e organização, e acabamos transformando nossas atividades importantes em urgentes.

Quando começamos a pensar em tudo que temos para fazer, geralmente partimos logo para a *execução* de uma atividade. E aí, podemos estar cometendo um grande erro. Não percebemos que algumas atividades são **urgentes** e outras, são **importantes**.

Não é saudável sair fazendo tudo que está na nossa frente sem nenhum critério. Precisamos primeiramente diferenciar as atividades urgentes das importantes e estabelecer prioridades. Esse é o nosso objetivo a partir de agora.

IMPORTANTE

Diferentemente das situações de urgência, as atividades importantes, apesar de terem prazo para serem concluídas, são tratadas da forma adequada, ou seja, é feito um planejamento, criada uma agenda e, conseqüentemente, caminha-se na direção da execução.

A grande questão é quando uma atividade importante pode se tornar urgente. Ela se torna urgente quando não atentamos para seu prazo, ou ainda, quando adiamos seu início até a última hora.

A dica para que tudo não se transforme em urgente é *priorizar* aquilo que é importante, buscando reduzir a incidência de eventos urgentes em nosso dia a dia. Isso tem que ser um exercício constante em nossas vidas. Vamos parar de “apagar incêndios”. Não somos bombeiros.



²⁹ Fonte adaptada: <https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/educacao/urgente-importante-e-prioridade-qual-a-diferenca/62077>
Acesso em 15.03.2018

continua >

ANEXO

MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR

URGENTE, IMPORTANTE E PRIORIDADE: QUAL A DIFERENÇA?

continuação

URGENTE

De uma maneira simples podemos dizer que as atividades que consideramos urgentes são aquelas que exigem nossa atenção imediata. Normalmente, a urgência costuma exercer nas pessoas a sensação de pressão ou de algo indispensável. A urgência está na maioria das vezes ligada a prazo esgotado, tempo curto de execução e a algo que não foi feito no tempo hábil e, portanto, se tornou urgente.

Já percebeu que em muitas empresas existem profissionais que são conhecidos como os famosos bombeiros? Vivem apagando incêndios! Mas por que isso acontece? Primeiro porque não planejam suas atividades e focam muito nas tarefas urgentes, deixando as importantes para serem executadas depois.

E o que acontece? O que teria tempo para ser concluído acaba se tornando urgente. É um ciclo vicioso. Se não mudarmos nosso comportamento, não sairemos desse ciclo. Pense e aja! Evite o título de “apagador de incêndio”.

Priorizar significa **decidir o que é mais importante**, quais tarefas, atividades, metas ou diretrizes deverão ser seguidas ou implementadas. Significa também decidir qual a *sequência* das tarefas a serem realizadas. Quando falamos em prioridade, vale a pena comentar que muitas vezes, dizemos que todas as nossas atividades são prioritárias. Será que tudo é prioritário em nossa vida? Se for o caso, com certeza estamos padecendo da síndrome da prioridade.

continua >

ANEXO

MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR

URGENTE, IMPORTANTE E PRIORIDADE: QUAL A DIFERENÇA?

continuação

Após mostrarmos os significados de importante, urgente e prioridade, o interessante neste momento é reduzir no seu dia a dia as tarefas urgentes que muitas vezes causam estresse e cansaço. É importante concluí-las e passar a definir prioridades nas tarefas que deverão ser executadas.

Utilize o que estamos aprendendo para facilitar o planejamento das tarefas, separando o importante do urgente e, principalmente, priorizando algumas atividades. Lembre-se de que, dar sentido para as coisas, é focar nosso tempo naquilo que é importante, ou seja, que não tem pressa, que tem tempo para ser feito e sempre traz resultados.

A partir de agora, evite a administração do corre-corre no qual nada é priorizado e os resultados são compromissos e correrias. Nessa situação há pouco resultado e muito retrabalho - e retrabalho é um desperdiçador de tempo.

Uma boa dica é trocar a administração do corre-corre pela administração das agendas para que possamos manter o foco e sermos mais efetivos em nossas atividades. Um planejamento diário faz a diferença, então, estabeleça atividades em função da importância e procure cumpri-las para não torná-las urgentes! Fica a Dica.

AULA	TEMA	MISSÃO, VISÃO E VALORES ORGANIZACIONAIS
14	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Apresentar aos estudantes os conceitos de missão, visão e valores e propiciar um espaço para reflexão e aprendizado ■ Trabalhar a aplicabilidade dos conceitos de forma lúdica através de exemplos de empresas existentes
TEMPO	ATIVIDADE	
10'	INTRODUÇÃO <ul style="list-style-type: none"> ■ Pedir voluntários para lembrar o assunto estudado na aula passada. Dizer que hoje irão manter o foco na compreensão de três novos conceitos que os ajudarão na construção de suas empresas e que devem ser elaborados antes mesmo de iniciar as atividades de qualquer empreendimento. ■ Perguntar: Vocês já ouviram falar em MISSÃO, VISÃO e VALORES organizacionais? A nossa escola possui? ■ Aguardar as contribuições e, caso não surjam, tentar exemplificar esses conceitos trazendo situações do dia a dia. Por exemplo: eu sou professor e minha MISSÃO é contribuir para o desenvolvimento e aprendizado dos alunos, minha VISÃO é ser referência na minha área de atuação, contribuindo para o avanço da qualidade da educação do meu Estado e do meu país, meus VALORES são respeito, honestidade, eficiência, criatividade. 	
35'	DESENVOLVIMENTO <p>Atividade: “Descubra a Missão, Visão e Valores”</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Dividir a turma em 5 equipes e propor a leitura do texto “Missão, Visão e Valores Organizacionais” (anexo). Após a leitura e considerações, entregar para cada equipe um envelope com o nome de uma empresa. <ul style="list-style-type: none"> ■ Equipe 1: Avon ■ Equipe 2: Nestlé ■ Equipe 3: Bradesco ■ Equipe 4: Pão de Açúcar ■ Equipe 5: Escola (colocar o nome da escola) <p>Atenção: Não precisa dizer quais são as empresas basta informar que são diferentes e que estão identificadas no envelope que receberam. Dentro de cada envelope é para ter a missão, visão e valores dessa empresa, porém você pode ter misturado tudo “sem querer”, então o objetivo é que cada equipe encontre a verdadeira missão, visão e valores da empresa que ficou responsável. Os estudantes podem e devem circular nas outras equipes.</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Controlar o tempo e, após concluírem, verificar se as equipes acertaram. Pode ser que tenham mais dificuldade com os valores. Explicar que essa dificuldade é normal pois as empresas podem ter valores parecidos mesmo sendo diferentes. ■ Um representante da equipe lê para o grupo a missão, visão e valores da empresa que ficou responsável e comenta. 	
5'	ENCERRAMENTO <ul style="list-style-type: none"> ■ Finalizar pregando na sala a imagem anexa. ■ Explicar que ela resume os conceitos vistos hoje e que serão importantes para as próximas aulas. ■ Todos leem juntos a frase: “Missão: compromisso de hoje Visão: aonde quer chegar Valores: aquilo que norteia”. 	

MATERIAL NECESSÁRIO

- Texto: Missão, Visão e Valores Organizacionais
- 5 Envelopes e texto impresso do material de suporte para colocar nos envelopes (sugestão)

ORIENTAÇÕES

- Preparar previamente os envelopes para a Atividade Descubra a Missão, Visão e Valores. No material de suporte do professor, a missão, visão e valores estão organizados e separados por empresa. Para facilitar a conferência estão numerados. Então, quando for preparar os envelopes, basta cortar as tirinhas e colocar na sequência sugerida. Não esquecer de incluir o envelope com o nome da Escola e a missão, visão e valores.

ANEXO

MISSÃO, VISÃO E VALORES DE UMA EMPRESA ³⁰

Assim como na vida pessoal, a vida de uma empresa também precisa de objetivos claros e metas definidas com coerência para que os negócios avancem.

É importante que tanto os gestores como os colaboradores estejam alinhados com tudo que a empresa almeja. Assim, todos trabalham em prol de um mesmo objetivo e com os mesmos parâmetros. Esses são aspectos que precisam ser bem definidos a curto, médio e longo prazo e que norteiam o caminho dos negócios. Mas, como saber exatamente o que a empresa almeja?

MISSÃO

A missão de uma empresa corresponde **ao seu propósito e para quem ela de destina**. Para definir isso com assertividade, é interessante que se responda a questões básicas:

- O que a empresa deve fazer?
- Para quem deve fazer?
- Para que deve fazer?
- Como deve fazer?
- Onde deve fazer?
- Qual responsabilidade social deve ter?

Assim, é possível conscientizar os colaboradores quanto aos rumos estratégicos da organização. É importante também compartilhar com fornecedores, parceiros e clientes as pretensões dela no mercado.

EXEMPLOS:

FIAT

- Desenvolver, produzir e comercializar carros e serviços que as pessoas prefiram comprar e tenham orgulho de possuir, garantindo a criação de valor e a sustentabilidade do negócio.

HSBC

- Garantir a excelência na entrega de produtos e serviços financeiros, maximizando valor para clientes e acionistas.
- Por mais ambiciosa que seja a missão, **a redação é resumida e define as intenções da empresa** de forma bem objetiva e direta. Nem todas as empresas têm sua missão definida.
- Segundo Peter Drucker³¹, “uma empresa não se define pelo seu nome, estatuto ou produto que faz; ela se define pela sua missão. Somente uma definição clara da missão é razão de existir da organização e torna possíveis, claros e realistas os objetivos da empresa.”

³⁰ Fonte Adaptada - Acesso em 04.04.2018:
<http://destinonegocio.com.br/empreendedorismo/como-fazer-a-missao-visao-e-valores-de-uma-empresa/>
https://www.infoescola.com/administracao/_missao-visao-e-valores-os-principios-essenciais/
<http://www.administradores.com.br/artigos/tecnologia/a-missao-das-grandes-das-mais-conceituadas-empresas/55256/>

³¹ Peter Drucker: escritor, professor e consultor administrativo de origem austríaca, considerado o pai da administração moderna.

continua >

ANEXO

MISSÃO, VISÃO E VALORES DE UMA EMPRESA

continuação

VISÃO

Ao definir a visão de uma empresa, estabelecemos **a perspectiva para longo prazo**. A visão inspira-se naquilo que se almeja para o futuro, porém deve ser um sonho atingível, realista. Inclui-se, nesta etapa, aquilo em que a empresa quer se tornar e em que direção devem ser focados os seus esforços.

EXEMPLOS:

FIAT

- Estar entre as principais montadoras do mercado e ser referência de excelência em produtos e serviços automobilísticos.

HSBC

- Ser o melhor grupo financeiro do Brasil em geração de valor para clientes, acionistas e colaboradores.



continua >

ANEXO

MISSÃO, VISÃO E VALORES DE UMA EMPRESA

continuação

VALORES

Nos valores de uma empresa estão intrínsecos **os princípios éticos e morais** de um indivíduo. Para o mundo empresarial, não é diferente.

Os valores guiam a conduta de uma organização, quando planos de Missão e Visão estiverem em execução. São inegociáveis, ditando comportamentos e atitudes no funcionamento de toda estrutura organizacional e dão suporte às formas de relacionamento dos colaboradores entre si e perante os clientes, fornecedores e sociedade.

EXEMPLOS:

FIAT

- **Satisfação do cliente**
Ele é a razão da existência de qualquer negócio.
- **Valorização e respeito às pessoas**
São as pessoas o grande diferencial que torna tudo possível.
- **Atuar como parte integrante do Grupo Fiat**
Juntos nossa marca fica muito mais forte.
- **Responsabilidade social**
É a única forma de crescer em uma sociedade mais justa.
- **Respeito ao Meio Ambiente**
É isso que nos dá a perspectiva do amanhã.

HSBC

- Nossa conduta deve refletir os mais altos padrões de ética;
- Nossa comunicação deve ser clara e precisa;
- Nosso gerenciamento deve ser em equipe, consistente e focado;
- Nosso relacionamento com clientes e colaboradores deve ser transparente e baseado na responsabilidade e confiança entre as partes.

Toda empresa séria e bem intencionada, valoriza esses recursos para a construção de seu sucesso. A relação eficiente entre os recursos humanos, materiais e financeiros apoia-se no bom emprego da Missão, Visão e Valores de uma organização. Assim como a elaboração, a divulgação destes princípios é de suma importância no sucesso de uma instituição perante o mercado, prolonga sua vida e eleva seus bons resultados.



MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR - AULA 14

ATIVIDADE: DESCUBRA A MISSÃO, VISÃO E VALORES

Sugestão para divisão das equipes:

- Envelope 1 - Nestlé colocar: 4, 14, 9
- Envelope 2 - Avon colocar: 1, 8, 12
- Envelope 3 - Bradesco colocar: 10, 2, 6
- Envelope 4 - Pão de Açúcar: 7, 5, 15
- Envelope 5 - Escola (O professor deve escrever nesse envelope o NOME DA EEEP dos estudantes e pesquisar, junto a gestão, a missão, visão e valores da escola pois fará parte da atividade representando o envelope 5 envelopes) - colocar: 13, 11, 3

ENVELOPE	EMPRESA	MISSÃO	VISÃO	VALORES
1	NESTLÉ	4 (avon)	14 (escola)	9 (bradesco)
2	AVON	1 (nestlé)	8 (bradesco)	12 (pão de açúcar)
3	BRADESCO	10 (pão de açúcar)	2 (nestlé)	6 (avon)
4	PÃO DE AÇÚCAR	7 (bradesco)	5 (avon)	15 (escola)
5	ESCOLA	13 (escola)	11 (pão de açúcar)	3 (nestlé)

ANEXO

MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR

MISSÃO, VISÃO E VALORES DE UMA EMPRESA

continuação

MISSÃO, VISÃO E VALORES DAS EMPRESAS: NESTLÉ, AVON, BRADESCO, GRUPO PÃO DE AÇÚCAR³²

NESTLÉ ³³

1. **Missão:** Oferecer ao consumidor brasileiro produtos reconhecidamente líderes em qualidade e valor nutritivo, que contribuam para uma alimentação mais saudável e agradável, gerando sempre oportunidades de negócios para a empresa e valor compartilhado com a sociedade brasileira.
2. **Visão:** Promover um mundo melhor e mais saudável. Nossa ambição para 2030: Ajudar 50 milhões de crianças a terem vidas mais saudáveis.
3. **Valores:** Pessoas em primeiro lugar; Qualidade de nossos produtos e serviços; Segurança é inegociável; Respeito para todos, dentro e fora da empresa; Responsabilidade em toda decisão; Paixão pelo que fazemos

AVON ³⁴

4. **Missão:** Ser a companhia que melhor entende e satisfaz as necessidades de produtos, serviços e auto-realização das mulheres no mundo todo.
5. **Nossa VISÃO é ser:** Líder global em Beleza, a marca de escolha das mulheres, a líder em vendas diretas, o melhor lugar para se trabalhar, a maior Fundação para as mulheres, a empresa mais admirada.
6. **Valores:** Confiança, Respeito, Crença, Humildade, Integridade. Esses são nossos valores adotados para satisfazer suas consumidoras, revendedoras e funcionários.

³² Fonte - Acesso 04.04.2018:
<https://www.agendor.com.br/blog/planejamento-estrategico-missao-visao-e-valores/>

³³ <https://www.nestle.com.br/na-sociedade/individuos-e-familias>

³⁴ <https://www.trabalhosgratuitos.com/Outras/Diversos/Missao-Visao-E-Valores-Da-Empresa-Avon-323030.html>

continua >

ANEXO

MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR

MISSÃO, VISÃO E VALORES DE UMA EMPRESA

continuação

BRADESCO

- 7. Missão:** Atender às necessidades e objetivos de investimento de nossos clientes, por meio da atuação de equipes de profissionais focados no atendimento das demandas específicas de cada perfil de investidor.
- 8. Visão:** Ser reconhecida, nacional e internacionalmente, como uma gestora de recursos capaz de agregar resultados consistentes aos objetivos de seus clientes.
- 9. Valores:** Melhoria contínua; Inovação constante; Pioneirismo em tecnologia; Conduta ética; Prezar pelo bem-estar e capacitação dos colaboradores; Promover o desenvolvimento social; Respeitar o meio ambiente.

GRUPO PÃO DE AÇÚCAR

- 10. Missão:** Garantir a melhor experiência de compra para todos os nossos clientes, em cada uma de nossas lojas.
- 11. Visão:** Ampliar a participação no mercado brasileiro de varejo e tornar-se a empresa mais admirada por sua rentabilidade, inovação, eficiência, responsabilidade social e contribuição para o desenvolvimento do Brasil.
- 12. Valores:** Humildade; Disciplina; Determinação e garra; Equilíbrio emocional.

ESCOLA (COLOCAR O NOME DA ESCOLA)

13. Missão:

14. Visão:

15. Valores:

Professor, se possível, durante o encerramento, fixar a imagem abaixo no quadro:

ANEXO

MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR

MISSÃO, VISÃO E VALORES DE UMA EMPRESA

MISSÃO
COMPROMISSO HOJE

VISÃO
ONDE QUER CHEGAR

VALORES
AQUILO QUE NORTEIA

AULA	TEMA	DOSSIÊ 2 - ELABORANDO MISSÃO, VISÃO, VALORES
15	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Proporcionar espaço para que os estudantes deem continuidade à criação de suas empresas fictícias, construindo sua MISSÃO, VISÃO E VALORES ■ Fortalecer a integração, o trabalho em equipe e o aprendizado dos conceitos trabalhados
TEMPO	ATIVIDADE	
10'	INTRODUÇÃO <ul style="list-style-type: none"> ■ Retomar a frase da aula passada e pedir 3 voluntários para falar como eles veem a aplicação desses conceitos nas empresas fictícias que estão criando. Perguntar: <ul style="list-style-type: none"> ■ É possível vocês criarem a missão, a visão e os valores das empresas de vocês? ■ O primeiro passo já foi dado? (sim, já compreendem o significado dos conceitos) ■ Qual o próximo passo? (reunir a equipe, ouvir as opiniões e chegar num acordo/definição) ■ Encorajar os estudantes para que se sintam capazes, dizer que eles já caminharam no sentido da criação da empresa e definiram: ramo de atividade, razão social, nome fantasia, CNPJ, natureza Jurídica, setor da economia e setor da sociedade. 	
35'	DESENVOLVIMENTO <ul style="list-style-type: none"> ■ Convidar as equipes a se reunirem e continuarem a dar vida aos seus empreendimentos. Informar que irão desenvolver os conceitos estudados na aula anterior: <ul style="list-style-type: none"> ■ Missão ■ Visão ■ Valores ■ Entregar o Dossiê para cada equipe e orientar que leiam o que já foi construído, pois os ajudará a pensarem e criarem a missão, a visão e os valores. ■ Entregar o instrumental “Dossiê 2 – Missão, Visão e Valores” (anexo) para preenchimento das equipes. As equipes também podem utilizar o texto da aula passada como suporte. ■ Lembrar que missão e visão devem iniciar com verbos no infinitivo. ■ Passar em todas as equipes acompanhando o desenvolvimento do Dossiê e fazendo as orientações necessárias. ■ IMPORTANTE: As produções não serão apresentadas nesta aula, devem apenas ser anexadas ao Dossiê, e no dia da culminância do bimestre (Aula 19) serão compartilhadas com a turma. 	
5'	ENCERRAMENTO <ul style="list-style-type: none"> ■ Pedir que todos fiquem de pé em círculo e um representante de cada empresa diga (sem dar <i>spoiler</i>*, pois a apresentação será somente na culminância): “NOSSA EMPRESA ESTÁ FICANDO... E A GENTE SE SENTE...” <p>* O <i>spoiler</i>, termo em inglês, é aquele indivíduo que conta os fatos no momento errado, uma espécie de estraga-prazeres.</p>	

MATERIAL NECESSÁRIO

- Instrumental “Dossiê 2 – Missão, Visão e Valores”
- Lápis e borracha
- Canetas e Canetinhas



MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR

Professor, segue abaixo o instrumental “Dossiê 2 – Missão, Visão e Valores”

DOSSIÊ 2 MISSÃO, VISÃO E VALORES			
MISSÃO	O que a empresa deve fazer?		Escreva aqui a missão da empresa a partir das respostas anteriores:
	Para quem deve fazer?		
	Para que deve fazer?		
	Como deve fazer?		
	Onde deve fazer?		
	Qual responsabilidade social deve ter?		
VISÃO	Onde quero chegar?		
VALORES	Quais são os princípios éticos que regem minha empresa?	1. _____ _____ 2. _____ _____ 3. _____ _____ 4. _____ _____ 5. _____ _____	

AULA	TEMA	INTERDEPENDÊNCIA POSITIVA: MELHORES RESULTADOS NO MUNDO DO TRABALHO
16	OBJETIVO	■ Levar o grupo a perceber a importância do trabalho em equipe nas diversas situações de suas vidas, em especial no mundo corporativo.
TEMPO	ATIVIDADE	
10'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Iniciar a aula perguntando: Vocês perceberam que, para construir a missão, visão e valores da empresa fictícia (aula passada) foi necessário, além de conhecer e estudar os conceitos, também uma habilidade muito importante nas organizações e que, se não utilizada de forma adequada, pode prejudicar pessoas e a própria organização? Já descobriram que habilidade é essa? ■ Dizer que, o que fizeram foi se reunir em grupo, em prol de um mesmo objetivo – isso é trabalho em equipe. E que, como vivemos em sociedade, essa habilidade é necessária em várias situações do nosso dia a dia. E no mundo do trabalho, não é diferente. ■ Incentivar o grupo a trazer outros exemplos, associados à suas vidas. ■ Essa é uma das principais características procuradas hoje no mercado, pois é bastante benéfica para o ambiente corporativo, permitindo que as tarefas sejam cumpridas com mais eficiência, além de estimular o aprimoramento das habilidades de cada profissional. 	
25'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <p>Atividade: Equipes de Jó</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Convidar os estudantes a praticarem o trabalho em equipe através da atividade: Equipes de Jó. ■ Entregar a cada participante uma caixa de fósforos (ou tampinha de garrafa PET, tampas de caneta, bolinhas de papel ou bombons), uma para cada participante, e verificar se o grupo sabe cantar a música “Equipes de Jó”³⁵ e se conhecem o jogo. <p style="text-align: center;"><i>“Equipes de Jó Jogavam caxangá Tira, bota, deixa o Zambelê ficar Guerreiros com Guerreiros Fazem zig zig zã Guerreiros com Guerreiros Fazem Zig Zig Zã”</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Solicitar que formem um círculo com todos os participantes sentados. Informar que a atividade consiste na passagem sequencial das caixas de fósforo para o companheiro da direita enquanto cantam a música, seguindo o ritmo. ■ Dizer para que fiquem atentos: <ul style="list-style-type: none"> ■ No “tira, bota,”, a mão com a caixa deverá ser levantada e recolocada na mesa e ali deixar enquanto cantam o verso “deixa o Zambelê ficar” e seguir adiante. ■ No “Zig Zig Zã”, ir e voltar com as caixas, antes de continuar o jogo. ■ Informar que o grupo terá 20’ para se organizar, treinar e fazer a apresentação que terá três momentos, em que o grupo deverá: <ul style="list-style-type: none"> ■ Cantar a música ■ Murmurar a música ■ Realizar a operação sem cantar, somente ouvindo a batida das caixas de fósforo (ou tampinhas). ■ A equipe permanece unida até concluir a tarefa. 	

³⁵ A atividade original “Escravos de Jó” foi adaptada para “Equipes de Jó”, pois como essa unidade curricular fala sobre o mundo do trabalho não seria correto, fazer apologia ao trabalho escravo.

AULA	TEMA	INTERDEPENDÊNCIA POSITIVA: MELHORES RESULTADOS NO MUNDO DO TRABALHO
16	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Levar o grupo a perceber a importância do trabalho em equipe nas diversas situações de suas vidas, em especial no mundo corporativo.

continuação

TEMPO	ATIVIDADE
15'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Após a atividade, perguntar ao grupo: <ul style="list-style-type: none"> ■ Como se sentiram ao desenvolver a atividade? ■ Todos conheciam o objetivo da tarefa? ■ Como o grupo se organizou para trabalhar? ■ Como foi o desenrolar do trabalho? ■ Houve dificuldades? Quais? Como tentaram resolver essas dificuldades? ■ Foram apresentadas sugestões? ■ Aguardar as contribuições e refletir sobre: comunicação, compromisso com a equipe, com o acerto do outro para que o trabalho ocorra bem, conhecimento dos papéis de cada um, sem necessidade de explicitação (a música na cabeça, sem cantar), harmonia, ritmo, identificação das lideranças, etc. ■ Fazer as considerações e concluir dizendo que a atividade mostra a importância de cada um, individualmente, para o resultado final. Que o sucesso do grupo (todo) só acontece se houver envolvimento, dedicação, esforço das partes (indivíduo). Chamamos isso de interdependência positiva. Ela é um componente fundamental, que as organizações buscam desenvolver em suas equipes, na busca de melhores resultados. <p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Finalizar a aula propondo a leitura coletiva do texto “Máquina de Escrever” (anexo). Orientar que na última frase TODOS devem ler juntos. ■ Relacionar o texto com a atividade “Equipes de Jó” e também com situações do mundo corporativo, apontando aquelas que favorecem e outras que dificultam o trabalho em equipe.

MATERIAL NECESSÁRIO

- Caixa de fósforos (ou tampinha de garrafa PET, tampas de caneta, bolinhas de papel ou bombons)
- Texto: Máquina de Escrever

ORIENTAÇÕES

- A Atividade Equipes de Jó pode ser feita na quadra ou em outro espaço mais amplo da escola porém ficar atento com relação ao tempo e encerramento da aula.

MÁQUINA DE ESCREVER ³⁶

Xu txnho uma máquina dx xscrxvvr qux apxsar dx sxr antiga funciona muito bxm, com xxcxção dx uma única txcla. Das 42 txclas qux xla txm, apxnas uma não funciona bxm, x como vocx podx vvr, isso faz uma xnormx difrxnça.

Muitas xmprxsas x xquipxs são como xsta máquina dx xscrxvvr; nxm todas as pxssoas “funcionam bxm”, nxm todos dão o mxlhor dx si, x com isso prxjudicam x compromtxm o rxsltado do trabalho dx todos. Alguns atx pxnsam: “Minha participação não x tão importantx assim”, mas como vocx podx notar, isso não x vxrdadx; uma única “pxça” faz muita difrxnça.

Para qux uma xquipx possa trabalhar dx manxira xficixntx, x prxciso qux todos participxm dx manxira ativa, xquilibrada, conscixntx x rxspnsávxl, dando o mxlhor dx si, comxçando pxlo lídxr.

Por isso, sx por algum motivo vocx um dia pxnsar qux sxu trabalho não x importantx para xquipx, ou mxsmo qux vocx x mais importantx do qux todas as outras pxssoas, lxmbxr-sx da vxlha máquina dx xscrxvvr.

Bem, agora eu voltei a usar o teclado do computador.

Muitas organizações têm pessoas trabalhando em grupo e não em equipe, onde cada um se preocupa em realizar apenas sua tarefa e pronto. No trabalho em equipe, cada membro sabe o que os outros estão fazendo e sua importância para o sucesso da tarefa. Eles têm objetivos comuns e desenvolvem metas coletivas que tendem a ir além daquilo que foi determinado.

Toda equipe é um grupo, porém nem todo grupo é uma equipe. Pessoas que vão ao teatro para assistir a uma peça, por exemplo, são um grupo. Elas não se conhecem, não interagem entre si, mas têm o mesmo objetivo: assistir à peça. Já equipe, por exemplo, é o elenco dessa peça de teatro, onde todos trabalham juntos para atingir uma meta específica, que é fazer um bom espetáculo para a plateia, seus clientes.

Existe uma frase que resume muito bem o resultado do trabalho em equipe: **SOZINHOS, VAMOS MAIS RÁPIDO; PORÉM JUNTOS VAMOS MAIS LONGE, PORQUE JUNTOS SOMOS MAIS FORTES!**

³⁶ Fonte: <http://www.blogdofabossi.com.br/2009/10/maquina-de-escrever-trabalho-em-equipe/>
Acesso em 04.04.2018



AULA	TEMA	O VALOR DO TRABALHO EM EQUIPE
17	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Aprofundar com os estudantes a discussão sobre trabalho em equipe no mundo corporativo

TEMPO	ATIVIDADE
15'	<p>INTRODUÇÃO</p> <p>Atividade dos Quadrados</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Iniciar a aula com um desafio: atividade dos quadrados (anexo) para cada estudante. O objetivo é descobrir quantos quadrados tem na imagem (disponibilizar 2 minutos). Após o exercício, fazer a partilha prévia das soluções encontradas chamando atenção para as possíveis diferenças. Propor uma segunda rodada, mas agora formando duplas (2 min) e depois quartetos. Pedir que as equipes que encontraram a solução partilhem com o grupo. (Resposta no material de suporte do professor.) Pedir um voluntário para explicar o caminho para encontrar o resultado correto. ■ Propor uma reflexão sobre a atividade: como foi realizado, como foi o momento individual, em duplas, quartetos, e o que isso tem a ver com o que estudamos na aula passada.
30'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Dividir a turma em 6 equipes e distribuir fragmentos das Dicas para Trabalhar em Equipe e se relacionar bem no Ambiente de Trabalho (anexo). ■ Cada equipe irá ler os pontos que ficaram sob sua responsabilidade, dialogar e montar uma apresentação simples.
5'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Convidar os estudantes a ficarem de pé em círculo. Dizer que os aprendizados de hoje os ajudarão não somente a prepará-los para o mundo do trabalho, mas também a conviver melhor uns com os outros como uma verdadeira equipe. ■ Ressaltar que todos juntos formam uma equipe; que já deram alguns passos juntos e que continuarão a caminhar durante o ano. ■ Convidar o grupo a ir ao encontro de cada pessoa com um aperto de mão celebrando os aprendizados do dia. ■ Sugestão de música para o aperto de mão: <i>ColdPlay - Viva la vida</i>. ■ Atenção: Informar que a próxima aula será destinada para a preparação das apresentações.

MATERIAL NECESSÁRIO

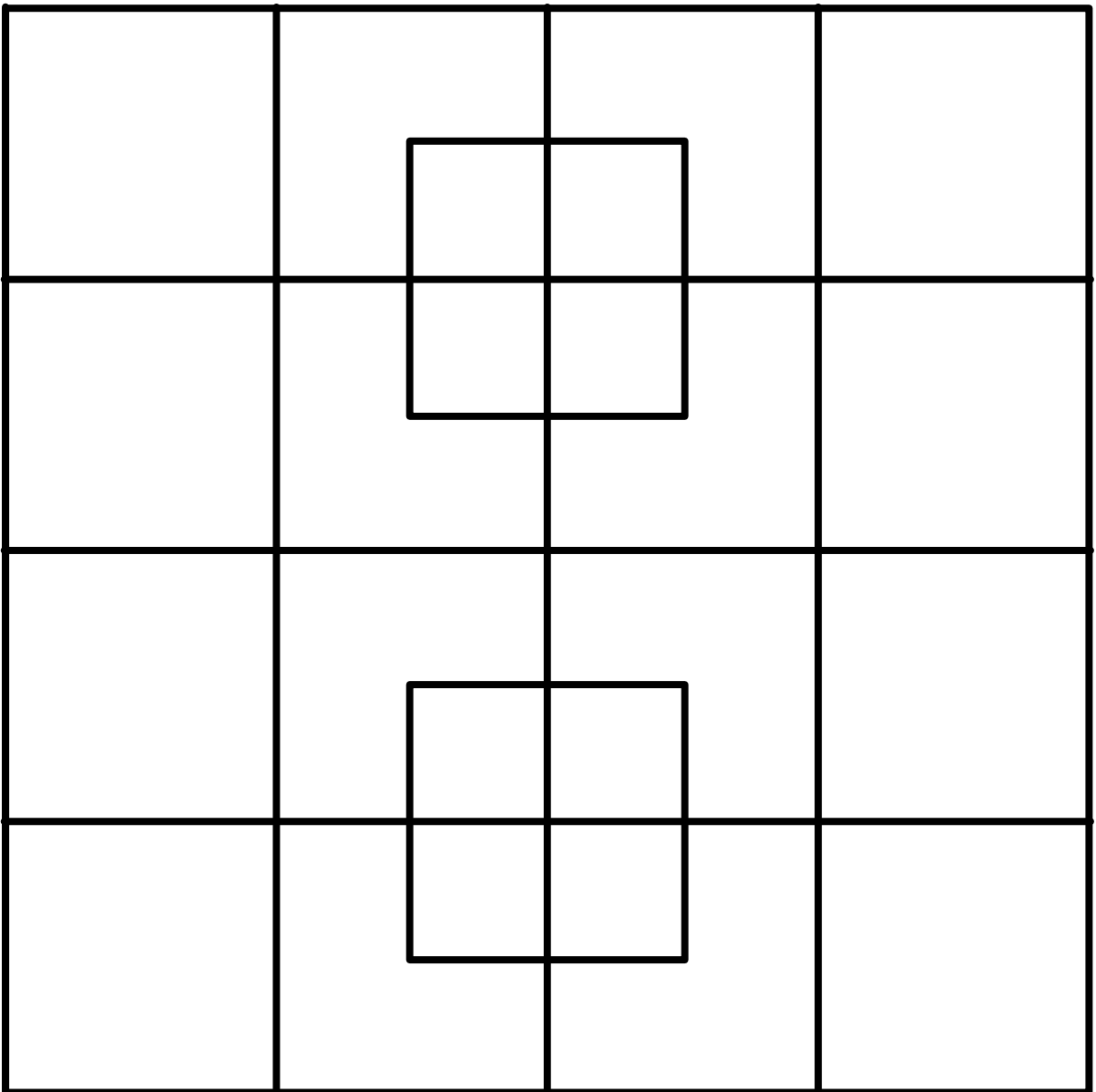
- Atividade dos quadrados
- Resposta Atividade dos quadrados: 40 quadrados. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=EN61RHZcHTc> Acesso em 27.08.2018
- Dicas para Trabalhar em Equipe e se relacionar bem no Ambiente de Trabalho.
- Sugestão de música: *ColdPlay - Viva la vida*. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=Tmb7YIKqLeM> Acesso em 27.08.2018

ORIENTAÇÕES

- Verificar se há necessidade de reservar o laboratório para a próxima aula pois será de preparação das apresentações para Culminância.

ATIVIDADE DOS QUADRADOS

QUANTOS QUADRADOS EXISTEM ABAIXO




ANEXO

DICAS PARA TRABALHAR EM EQUIPE E SE RELACIONAR BEM NO AMBIENTE DE TRABALHO ³⁷

EQUIPE 1

Seja paciente - Nem sempre é fácil conciliar opiniões diversas, afinal “cada cabeça, uma sentença”. Por isso é importante que você seja paciente e pense antes de falar. Procure expor os seus pontos de vista com moderação e ouça o que os outros têm a dizer. Respeite sempre os colegas, mesmo que não esteja de acordo com as opiniões deles.

Aceite as ideias dos outros - Muitas vezes é difícil aceitar ideias novas ou admitir que não temos razão; mas é importante saber reconhecer que a ideia de um colega pode ser melhor do que a nossa. Afinal de contas, mais importante do que o nosso orgulho é o objetivo comum que o grupo pretende alcançar.

Não critique os colegas - Podem surgir conflitos entre os colegas de grupo, mas é muito importante não deixar que isso interfira no trabalho. Avalie as ideias da pessoa, independentemente daquilo que achar dela. Critique as ideias, nunca a pessoa.

EQUIPE 2

Saiba dividir - Ao trabalhar em equipe, é importante dividir tarefas. Não parta do princípio de que é o único que pode e sabe realizar uma determinada tarefa. Partilhar responsabilidades e informação é fundamental para o sucesso da equipe.

Trabalhe - Não é por trabalhar em equipe que você deve esquecer suas obrigações. Dividir tarefas é uma coisa, deixar de trabalhar é outra completamente diferente. Colabore com a sua parte e verá o resultado no final.

Seja participativo e solidário - Procure dar o melhor de si e ajude os seus colegas sempre que necessário. Da mesma forma, você não deverá se sentir constrangido quando também precisar de auxílio.

³⁷ Fonte adaptada dos sites - Acesso em 05.04.2018:

<https://carreiras.empregos.com.br/seu-emprego/relacionamento-profissional-tambem-exige-esforco/>

<https://carreiras.empregos.com.br/seu-emprego/10-dicas-para-trabalhar-bem-em-grupo/>

continua >

ANEXO

DICAS PARA TRABALHAR EM EQUIPE E SE RELACIONAR BEM NO AMBIENTE DE TRABALHO

continuação

EQUIPE 3

Dialogue - Quando você se sentir desconfortável com alguma situação ou função que lhe tenha sido atribuída, é importante que explique o problema, para que seja possível alcançar uma solução que agrade a todos e não sobrecarregue ninguém.

Planeje - Quando várias pessoas trabalham em conjunto, é natural que alguns se dispersem; por isso o planejamento e a organização são ferramentas importantes para que o trabalho em equipe seja eficiente e eficaz. É importante fazer o balanço entre as metas a que o grupo se propôs e o que conseguiu alcançar no tempo previsto.

Aceite a ideia do erro - Quando todas as barreiras já foram ultrapassadas e o grupo é muito coeso e homogêneo, existe a possibilidade de se tornar resistente a mudanças e a opiniões discordantes. É importante que a equipe ouça opiniões externas e que aceite a ideia de que pode errar.

Aproveite - Afinal o trabalho em equipe acaba sendo uma boa oportunidade de conviver mais de perto com os seus colegas, conhecê-los melhor e também de aprender com eles. Boa sorte!

EQUIPE 4

Entusiasmo: Uma pessoa feliz, simpática e com paixão pelo que faz transmite isso aos colegas e torna-se uma grande companhia. Contagia as pessoas com seu otimismo e influenciará o outro a agir da mesma forma, trazendo melhores resultados concretos para a empresa.

Autoconsciência: É preciso conhecer-se bem e conhecer o outro, entender as suas razões e emoções para poder identificá-las nos outros e lidar com elas de forma positiva.

Atitude positiva: Acreditar no que você faz é meio caminho andado para o sucesso. Quem tem energia positiva faz as coisas acontecerem e não se deixa desmotivar por pequenas adversidades.

continua >

ANEXO

DICAS PARA TRABALHAR EM EQUIPE E SE RELACIONAR BEM NO AMBIENTE DE TRABALHO

continuação

EQUIPE 5

Comprometimento e lealdade: Você tem que ter admiração pela empresa e pelo companheiro de trabalho, caso contrário, a parceria não funciona. Comprometimento significa conhecer a fundo o negócio da empresa, o departamento, o chefe e sua forma de trabalho, podendo auxiliá-lo de forma proativa e com iniciativa, pensando no impensado e fazendo antes que algo seja dito. Assim como num casamento, esse item é crucial para a formação de uma base sólida para o relacionamento.

Um “olho” para detalhes: Todo profissional deve ser detalhista e prover o chefe com o maior número de informações possíveis. A relação fica melhor quando este pode dar, em troca, informações significativas para uma atuação mais participativa e assertiva de sua equipe.

Discrição e confiabilidade: Para haver transparência é necessário que haja a confiança de ambos os lados de que tudo que é discutido no escritório é confidencial e diz respeito apenas a quem está envolvido no projeto.

EQUIPE 6

Comunicação aberta: Um canal de comunicação sincero, honesto, objetivo e claro é crucial para qualquer relacionamento, especialmente o profissional, onde tempo significa negócios e dinheiro.

Humildade: Para saber ouvir, saber pedir ajuda e saber reconhecer seus próprios erros.

Serenidade: Para ultrapassar períodos de estresse e tensão, de grande volume de trabalho e sobrecarga emocional em função de prazos e importância dos projetos.

AULA	TEMA	ESTRUTURAÇÃO DAS APRESENTAÇÕES DOS DOSSIÊS
18	OBJETIVO	■ Motivar o grupo a transformar o conteúdo do Dossiê em uma apresentação “viva” das empresas criadas

TEMPO	ATIVIDADE
50'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Iniciar falando que agora que compreendem bem a importância do trabalho em equipe, certamente ficará mais fácil darem vida as empresas que criaram. ■ Entregar o Dossiê para cada equipe e solicitar que, inspirados no material produzido durante o bimestre, elaborem uma apresentação criativa mostrando sua empresa para a turma e aplicando os conceitos aprendidos. Informar que a culminância será na próxima aula. ■ A apresentação deve ser focada nos seguintes pontos: <ul style="list-style-type: none"> Dossiê 1: <ul style="list-style-type: none"> ■ Ramo de atividade ■ Razão social: ■ Nome fantasia ■ CNPJ ■ Setores da economia. Justifique! ■ Setores da sociedade. Justifique! Dossiê 2: <ul style="list-style-type: none"> ■ Missão ■ Visão ■ Valores ■ A forma de apresentação é livre. Podem ser usados: slides, cartolinas, vídeo, etc. <p>Observação: Não é interessante que a apresentação seja apenas oral, quanto mais vida e forma for dado ao empreendimento, maior será o impacto para os expectadores.</p> <p>Atenção: Orientar as equipes a continuar o processo de customização.</p>

MATERIAL NECESSÁRIO

- Dossiê das equipes
- Cartolinas, Pincéis, Lápis, borracha,
- Cola, fita adesiva
- Revistas, Palito de picolé

ORIENTAÇÕES

- Reservar o laboratório, se necessário
- Checar quais equipamentos serão necessários para garantir as apresentações

AULA	TEMA	CULMINÂNCIA: APRESENTAÇÃO DOS DOSSIÊS
19	OBJETIVO	■ Compartilhar as produções realizadas

TEMPO	ATIVIDADE
5'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Fazer uma breve sensibilização com os estudantes buscando tranquilizá-los, tendo em vista que esse é o primeiro momento de apresentação mais formal. ■ Dividir o tempo de cada apresentação baseado no número de equipes.
45'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <p>APRESENTAÇÃO DAS EMPRESAS: Dossiê 1 e 2</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Fazer as devidas anotações para fundamentar as devolutivas, que acontecerão na aula seguinte. <p>Atenção: Ao final, é importante parabenizar as equipes pelos trabalhos apresentados e reforçar que na próxima aula, serão dadas devolutivas mais específicas sobre as apresentações.</p>

ORIENTAÇÕES

- Convidar o núcleo gestor para prestigiar as apresentações
- Reservar projetor e caixas de som, se for preciso.

AULA	TEMA	DEVOLUTIVAS SOBRE APRESENTAÇÕES E EXERCÍCIOS LÓGICOS I
20	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Realizar a devolutiva das apresentações da aula passada ■ Trabalhar o exercício lógico como ferramenta para solucionar problemas

TEMPO	ATIVIDADE
5'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Iniciar a aula indagando: <ul style="list-style-type: none"> ■ Lembram da aula passada? ■ Como vocês se sentiram frente a esse primeiro desafio? Foi fácil? ■ Alguém teve dificuldade em realizar a atividade proposta? Qual? ■ Reforçar que a aula passada foi o dia da primeira apresentação rumo à construção das empresas/empreendimentos e que, ao longo do ano, esse trabalho continuará sendo desenvolvido, ampliado e lapidado, paulatinamente, com o objetivo de colocarem em prática, os assuntos estudados a cada bimestre. O propósito é que ao final do ano os aprendizados estejam consolidados de forma integrada. ■ Parabenizar a turma pelo que foi desenvolvido, salientar que é apenas o começo de uma animada trajetória desafiadora, mas que juntos irão superar os obstáculos. ■ Trazer para reflexão, de forma generalizada, alguns pontos que ainda serão necessários avançar, que merecem uma atenção especial ou que deixaram a desejar nesse primeiro momento.
40'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Perguntar: essa turma gosta de desafio? ■ Dividir rapidamente a turma em equipe de 5 estudantes e, em seguida, entregar o exercício de lógica para que eles solucionem, respeitando o tempo de 15min. Após o tempo disponível, recolher a resolução de cada grupo. ■ Exercício lógico (anexo). ■ Realizar a correção comentada do exercício.
5'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Em círculo, questionar a turma: que elementos trabalhados nessa atividade podem ser essenciais para os próximos desafios? ■ Falar para a turma que foi encerrado um primeiro bloco de atividades que possibilitaram uma maior compreensão do moderno mundo do trabalho.

MATERIAL NECESSÁRIO

- Lápis e borracha
- Exercício de lógica (1 por equipe)

ORIENTAÇÕES

- Levar as anotações feitas no dia da apresentação para facilitar o feedback.
- Estudar a resolução do exercício

ANEXO

EXERCÍCIO DE RACIOCÍNIO LÓGICO ³⁸

Considerações importantes:

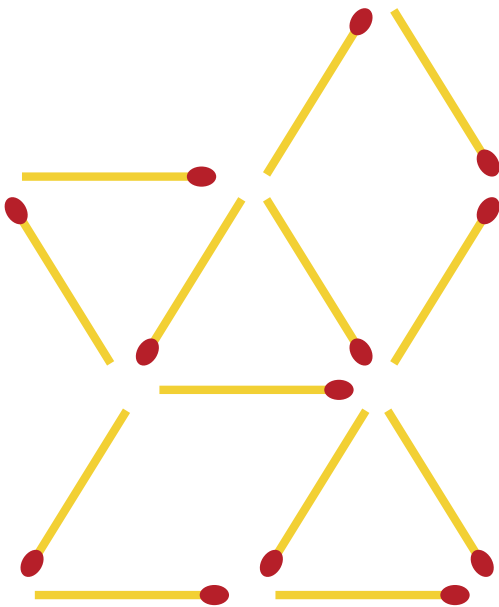
- É necessário que cada grupo tenha em média 20 palitos.

ATENÇÃO!!!

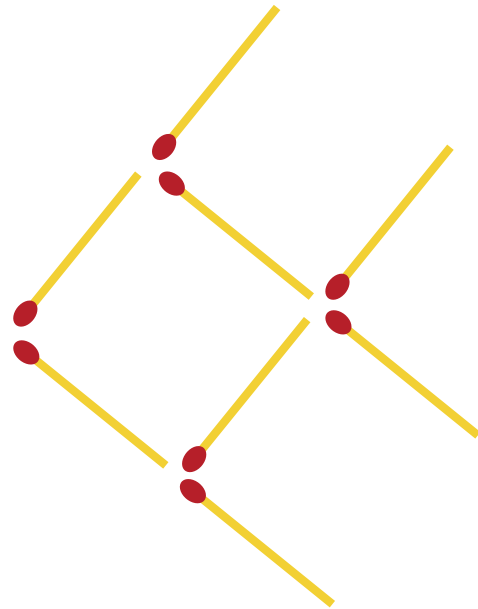
- Deslocar um palito significa mudá-lo de posição sem alterar o número total de palitos.
- Retirar um palito significa que ele não fará parte da resposta final, portanto, ficará reduzido o número de palitos dados no enunciado do problema.
- Acrescentar um palito significa que o número total dado no enunciado será aumentado, e poderá fazer parte da resposta final.

ATIVIDADE RACIOCÍNIO LÓGICO:

1. Mova 2 palitos e forme 6 triângulos



2. O peixinho da figura está nadando para a esquerda. Mova três palitos para que ele nade no sentido contrário.



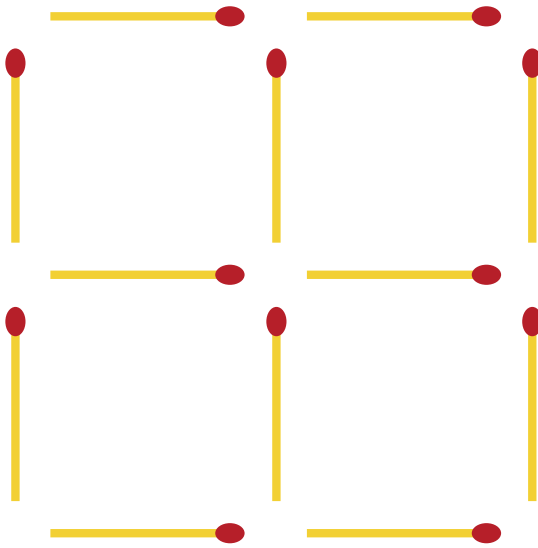
³⁸ Fonte: <http://www1.pucminas> Acesso em 02.03.2018

continua >

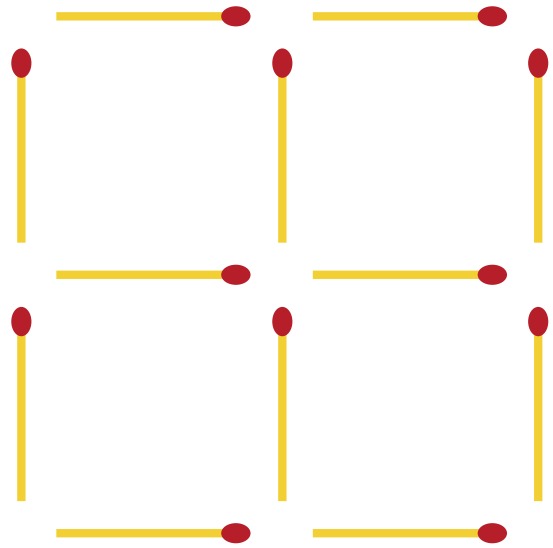
EXERCÍCIO DE RACIOCÍNIO LÓGICO

continuação

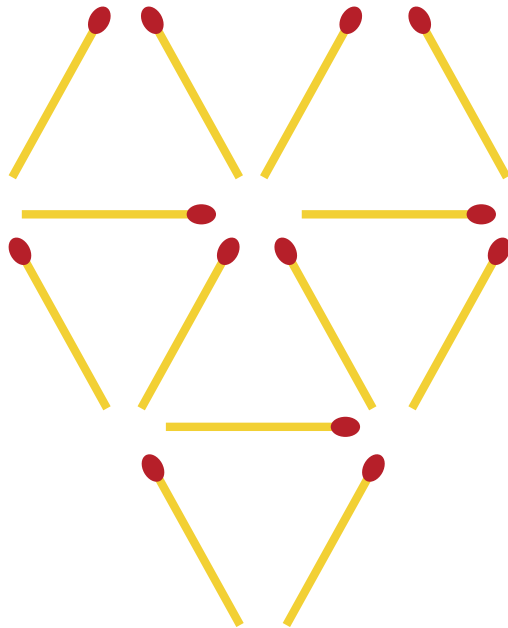
3. Remova 2 palitos e deixe a figura com 2 quadrados.



4. Mova 3 palitos e forme 3 quadrados.



5. Retire 2 palitos para ficarem 4 triângulos.



2º BIMESTRE



DISTRIBUIÇÃO DAS AULAS

EEEEP

1º SÉRIE

2º BIMESTRE

AULA	CONTEÚDOS / AULAS	CARGA HORÁRIA
01	Estilos de Liderança	50'
02	Estilos de Liderança: Apresentações	50'
03	Cultura Organizacional	50'
04	Estrutura Organizacional: Organograma e Níveis Hierárquicos	50'
05	Estrutura Organizacional: Cargos e Funções	50'
06	Dossiê 3 - Determinação dos cargos e elaboração do organograma	50'
07	Qualidade no ambiente corporativo	50'
08	Dossiê 4 - Desenvolvendo a Política de Qualidade	50'
09	Elementos básicos da comunicação	50'
10	A importância da comunicação no ambiente de trabalho	50'
11	Documentos Oficiais no mundo do trabalho	50'
12	Produzindo um Documento Oficial I	50'
13	Produzindo um Documento Oficial II	50'
14	Conhecendo, Comunicando, e Argumentando	50'
15	Marketing pessoal	50'
16	Marketing empresarial	50'
17	Dossiê 5 - Propaganda, a alma do negócio	50'
18	Preparação para as apresentações das empresas	50'
19	Culminância 2 - Apresentação dos Dossiês 3,4,5	50'
20	Devolutivas sobre as apresentações e Exercícios Lógicos II	50'
CARGA HORÁRIA TOTAL DO 2º BIMESTRE		20h/a

AULA	TEMA	ESTILOS DE LIDERANÇA
1	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Proporcionar um momento de reflexão acerca do conceito de liderança e sua importância para o trabalho em equipe ■ Apresentar os principais estilos de Liderança

TEMPO	ATIVIDADE
15'	<p>INTRODUÇÃO</p> <p>Atividade: Jogo da Velha</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Preparar a sala previamente, utilizando fita gomada, formar no chão o desenho do jogo da velha. Perguntar se todos conhecem o Jogo da Velha e convidar os estudantes a participarem. ■ Dividir a sala em dois grandes grupos, pedindo para que eles se organizem em fila conforme preferirem. Explicar que cada fila representará uma equipe (time). ■ Entregar para cada time 3 peças de cores diferentes para utilizarem no preenchimento do jogo da velha. Ex: Grupo A, 3 peças da cor azul, Grupo B, 3 peças da cor vermelha. ■ Posteriormente, pedir que o primeiro jogador de cada grupo tire no "par ou ímpar", para decidir quem iniciará a partida. ■ Informar que a rodada só acaba quando algum grupo ganhar e que, quando as 3 peças acabarem, o próximo jogador do grupo deverá jogar retirando uma das peças e colocando em outro lugar no jogo. Avisa que serão 5 rodadas. ■ Ir conduzindo e anotando o placar a cada nova rodada. ■ Vence o jogo o time que conseguir formar primeiro uma linha com três peças iguais (mesma cor), seja ela na horizontal, vertical ou diagonal. Ao final, vencerá o grupo que obtiver mais pontos no placar. <ul style="list-style-type: none"> ■ Reflexões a serem feitas após o término do jogo: <ul style="list-style-type: none"> ■ O que acharam do jogo? ■ Qual a maior dificuldade encontrada? ■ Você se sentiu melhor quando jogou ativamente ou quando estava como espectador? ■ Você se sentiu ouvido? ■ Apareceram líderes durante o jogo? Como ele se comportou? ■ O que vocês compreendem sobre liderança? ■ Fazer as colocações necessárias e dizer que assim como nesse jogo, na vida, passamos por diversas situações em que somos líderes ou liderados e que no mundo do trabalho isso é muito forte. Compreender esse conceito é fundamental para saber que estilo de líder quer ser ou poderá conviver quando estiver trabalhando.
25'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Dividir a turma em 5 equipes para a leitura do texto "Compreendendo mais sobre liderança" (anexo). Após a leitura, distribuir um fragmento (anexo) contendo um estilo de liderança para cada equipe que deverá montar uma dramatização demonstrando o seu estilo de líder. ■ Informar que cada equipe terá 5 minutos para a apresentação, que será feita na próxima aula.
10'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Estudantes em círculo, solicitar 2 voluntários para falar sobre os aprendizados do dia e, caso se sintam à vontade, citar um líder em quem se inspiram e o porquê.

MATERIAL NECESSÁRIO

- Jogo da Velha: Fita gomada e 3 peças de cores diferentes para cada time.
- Texto: Compreendendo mais sobre liderança
- Tirinhas com os estilos de liderança
- Cartolina
- Pincéis, Lápis, borracha,
- Cola, fita adesiva, Revistas

COMPREENDENDO MAIS SOBRE LIDERANÇA ³⁹

Liderança é a arte de comandar pessoas, atraindo seguidores e influenciando de forma positiva mentalidades e comportamentos. A liderança pode surgir de forma natural, quando uma pessoa se destaca no papel de líder, sem possuir um cargo específico de liderança. É um tipo de liderança informal.

Quando um líder é eleito por uma organização e passa a assumir um cargo de autoridade, exerce uma liderança formal. Um bom líder é capaz de influenciar pessoas a fazerem de boa vontade o que tem que ser feito em favor do coletivo. Significa incentivar os membros de um grupo para agirem em torno de um objetivo comum e que todos possam crescer com o resultado dos esforços de seus membros.

Novas abordagens sobre o tema defendem que a liderança é um comportamento que pode ser exercitado e aperfeiçoado. As habilidades de um líder envolvem carisma, paciência, respeito, disciplina e, principalmente, a capacidade de influenciar seus colaboradores.

Dos estudos sobre a teoria dos estilos desde o início do século 20, destacam-se três. São eles: **LIDERANÇA AUTOCRÁTICA, DEMOCRÁTICA e LIBERAL**. Não existe um estilo correto, os três estão certos, porém, o grande desafio do líder é saber quando aplicar cada estilo.

Além destes três estilos, surgiu mais recentemente os estilos de **LIDERANÇA SITUACIONAL e LIDERANÇA COACHING**⁴⁰ com grande poder para influenciar as equipes ao melhor desempenho.

A forma como a liderança é exercida pode influenciar muito na produtividade do trabalhador e no clima da empresa. Por isso é importante compreender os estilos de liderança e os traços específicos de cada um.

³⁹ Fonte Adaptada: <https://www.significados.com.br/lideranca/> e <https://www.crbasso.com.br/blog/principais-estilos-de-lideranca/> Acesso em 11.04.2018

⁴⁰ Coach é uma palavra em inglês que quando usada como verbo significa treinar ou ensinar. Um coach ou coacher é um profissional que exerce o coaching, uma ferramenta de desenvolvimento pessoal e profissional. Fonte: <https://www.significados.com.br/coach/> Acesso em 12.04.2018

ANEXO

MATERIAL DE SUPORTE DO PROFESSOR

ESTILOS DE LIDERANÇA ⁴¹

EQUIPE 1

LIDERANÇA AUTOCRÁTICA (ÊNFASE NO LÍDER)

Liderança autocrática é aquela em que o “chefe” é o centro de decisões e é bastante centralizador. O subordinado deve se contentar com ordens, com pouco espaço para questionamento ou sugestões. É um estilo que costuma causar insatisfação entre os colaboradores, desmotivando-os e deixando o ambiente mais sensível a conflitos.

Subordinados sujeitos à liderança autocrática, tendem a desenvolver entre si, forte tensão, frustração e agressividade e em geral, manifestam também comportamentos de autoproteção. Na execução das tarefas, não demonstram satisfação e só trabalham mais intensamente na presença do “chefe”. Na ausência do chefe, as pessoas tendem a extravasar sentimentos e frustrações

EQUIPE 2

LIDERANÇA LIBERAL (ÊNFASE NO LIDERADO)

A liderança liberal segue o pressuposto de que os colaboradores já são maduros o suficiente e não necessitam de um acompanhamento constante. Nesse estilo, o gestor se ausenta com frequência, não fornecendo tantas orientações nem feedbacks ao grupo. Ele acredita que deixar o grupo a vontade para a condução das tarefas, estimula a autonomia de seus membros. No entanto, a ausência do líder faz com que o grupo fique com poucas referências da qualidade do trabalho realizado, o que prejudica o desempenho geral.

Como o passar do tempo, as tarefas se desenvolvem ao acaso, com muitas oscilações perdendo-se muito tempo com discussões mais voltadas para motivos pessoais do que relacionadas com o trabalho em si. Esse estilo tende a desenvolver um certo individualismo entre os membros e pouco respeito pelo líder.

⁴¹ Fonte Adaptada: <https://www.crasso.com.br/blog/principais-estilos-de-lideranca/> Acesso em 11.04.2018



ANEXO

EQUIPE 3

LIDERANÇA DEMOCRÁTICA (ÊNFASE NO LÍDER E LIDERADO)

A liderança democrática encoraja os colaboradores a participarem, incentiva-os a darem sugestões e opiniões. Além disso, o líder democrático busca ser um facilitador dos processos, ajudando a equipe a desenvolver soluções. Ele se preocupa com a execução do trabalho, mas também com a qualidade de vida e satisfação do time.

Neste estilo, o líder se mostra bastante participativo, ouvindo, oferecendo dicas e ideias quando necessário, esclarecendo dúvidas, dando feedbacks e auxiliando os membros do grupo a se desenvolverem e melhorarem no desempenho das tarefas. Esse estilo favorece um melhor relacionamento entre todos, uma vez que a comunicação flui com liberdade e as pessoas são incentivadas a se exporem sem críticas ou censura, o que leva os membros a serem mais responsáveis uns pelos outros. Esse ambiente favorece a maior produtividade com qualidade nas tarefas executadas.

EQUIPE 4

LIDERANÇA COACHING (ÊNFASE NA PERFORMANCE)

Na liderança coaching, o líder trabalha para identificar as habilidades e age de forma a ajudar seus subordinados a liberarem seu potencial de desenvolvimento. O líder busca motivar os profissionais, criando um clima de cooperação, confiança e crescimento.

O líder estimula a visão positiva de futuro no grupo e trabalha para que cada liderado reconheça suas expectativas, se autoavale em relação ao desempenho atual, busque capitalizar os pontos fortes e estimula-o para que trabalhe seus pontos a desenvolver.

Neste processo, o líder exibe um interesse verdadeiro pelo aumento de performance de seus subordinados, incentivando cada membro no estabelecimento de planos de ação para assegurar a melhoria no desempenho. O líder acompanha a evolução individual e dá feedback para manter o liderado alinhado em relação aos resultados projetados.

EQUIPE 5

LIDERANÇA SITUACIONAL (ÊNFASE NA MATURIDADE E SITUAÇÃO)

Na liderança situacional, o líder exerce diferentes estilos de liderança em função da situação e da maturidade demonstrada pelo liderado.

Os líderes bem-sucedidos são aqueles que conseguem adaptar seu comportamento para atender às necessidades de seus liderados. Neste caso, reconhecer a maturidade do liderado em relação à situação é fundamental. No dia a dia, o líder tende a enfrentar situações em que há variação tanto na capacidade quanto no empenho dos liderados para realizar as tarefas.

A variação na capacidade ou na motivação do liderado em realizar, vai exigir diferentes estilos de orientação do líder. Cabe a ele, portanto, identificar, em razão do nível de maturidade do liderado se deve dar ênfase na direção (orientação ao subordinado) ou ênfase no apoio (incentivo ao subordinado) na execução da tarefa.

AULA	TEMA	ESTILOS DE LIDERANÇA: APRESENTAÇÕES
2	OBJETIVO	■ Ampliar a reflexão acerca dos estilos de Liderança e sua aplicabilidade nas Organizações

TEMPO	ATIVIDADE
5'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Motivar os estudantes para as apresentações - dramatizações - das equipes sobre os Estilos de Liderança, que acontecerão na aula de hoje. Disponibilizar 5 min para os últimos ajustes nas equipes e depois combinar a ordem das apresentações. Tudo deve estar pronto, organizado, para que, no momento das dramatizações, todos estejam atentos.
35'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Apresentação das equipes (5 min para cada equipe). ■ É importante, ao final de cada apresentação, que os representantes da equipe comentem seu estilo de liderança, fazendo referência à dramatização. ■ Após as apresentações, parabenizar as equipes e fazer as observações necessárias. ■ Finalizar ressaltando que todo estilo de liderança é válido e eficaz, dependendo do contexto e do grupo no qual o líder está inserido.
10'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Convidar a turma para responder o questionário "Como compreendo a liderança nas Organizações?" (anexo). ■ Após todos concluírem, apresentar os resultados e dizer que esse questionário é uma ferramenta lúdica para fixar, aprimorar os aprendizados e analisar o conhecimento deles sobre os pontos fundamentais no campo da liderança.

MATERIAL NECESSÁRIO

- Questionário "Como compreendo a liderança nas Organizações?"
- Resultado do Questionário

QUESTIONÁRIO**COMO COMPREENDO A LIDERANÇA NAS ORGANIZAÇÕES?** 42

1) Em sua opinião, o sucesso de uma liderança está totalmente envolvido com:

- a) Competitividade
- b) Cooperação
- c) Flexibilidade

2) Em se tratando de uma visão transformadora, a verdadeira liderança deve:

- a) Envolver as pessoas para um único objetivo
- b) Centralizar as principais atividades nas pessoas que transmitem confiança
- c) Inspirar pessoas para que tenham oportunidade de desenvolver suas competências

3) A globalização mudou a mentalidade social em relação à liderança. Antes, tínhamos uma política rígida baseada em “comandos e regras”. Na sua realidade, o mercado sugere quais tipos de gestão?

- a) Liderança que minimiza os erros por meio do acompanhamento de mudanças
- b) Liderança que além de bem informada, minimiza erros e encoraja os liderados para importantes desafios
- c) Liderança que envolve as pessoas, transforma liderados em seguidores e minimiza erros por meio da informação compartilhada

4) O que você acredita que limita o sucesso de uma empresa?

- a) Colaboradores desmotivados
- b) Liderança sem conhecimentos técnicos e/ou sem experiência complementar
- c) Salários incompatíveis

5) Para você, qual a verdadeira arte de liderar?

- a) Apresentar a visão futura dos acontecimentos, sem medo de correr riscos, motivando as pessoas para que trabalhem com prazer, sem perder a qualidade prezada pela empresa
- b) Centralizar autonomia, traçando regras e passos claros para atingir os objetivos da empresa
- c) Romper com o passado e buscar novos desafios, fazendo com que os liderados atuem de forma espontânea na realização de suas atividades

continua >

ANEXO

QUESTIONÁRIO

COMO COMPREENDO A LIDERANÇA NAS ORGANIZAÇÕES?

continuação

6) Em sua opinião, quais as qualidades que mais se adéquam a um verdadeiro líder?

- a) Integridade, sensibilidade, entusiasmo e humildade
- b) Iniciativa, persuasão, rigidez e imparcialidade
- c) Criatividade, alegria, coragem e flexibilidade

7) Cite uma das opções abaixo que é imprescindível na realidade de um líder.

- a) Capacidade de lidar com problemas
- b) A importante missão de saber lidar com pessoas
- c) Apenas designar tarefas importantes para os colaboradores de sua confiança

8) Das frases de liderança citadas abaixo, qual você escolheria?

- a) "Um dos testes de liderança é a habilidade de reconhecer um problema antes que ele se torne uma emergência" (Arnold Glasgow)
- b) "Fácil é ditar regras. Difícil é segui-las" (Carlos Drummond de Andrade)
- c) "A diferença entre um chefe e um líder: um chefe diz 'Vá!' um líder diz, 'Vamos!'" (E.M. Kelly)

9) Como a liderança pode superar situações desestimulantes?

- a) Fazendo da empresa um "laboratório, analisando os aspectos negativos e propondo soluções eficazes para novos ânimos
- b) Analisando o comportamento da equipe e propondo diferentes estímulos.
- c) Na verdade, você acredita que uma boa liderança jamais passaria por essas situações

10) Qual fundamento básico para uma liderança eficaz?

- a) Não acredita que exista uma fórmula
- b) Traçar metas de forma planejada, conduzindo as pessoas para o êxito organizacional e profissional
- c) Depende dos fatores internos e suas possibilidades

continua >

ANEXO

QUESTIONÁRIO

COMO COMPREENDO A LIDERANÇA NAS ORGANIZAÇÕES?

continuação

QUESTÃO	A	B	C
1	1	3	2
2	2	1	3
3	1	2	3
4	2	3	1
5	3	1	2
6	3	1	2
7	2	3	1
8	2	1	3
9	3	2	1
10	1	3	2

RESULTADO DO QUESTIONÁRIO

ACIMA DE 20

Parabéns, a cooperação está totalmente ligada ao sucesso de uma empresa, a verdadeira liderança inspira pessoas e fazem com que elas tenham oportunidade de desenvolver suas habilidades e competências de forma integrada. Você está correto(a), a liderança de sucesso inspira e transforma os liderados em verdadeiros seguidores. Com a acirrada competitividade é importante destacar que o bom líder está sempre preparado para as mudanças, buscando a todo momento o aperfeiçoamento técnico e interpessoal. A verdadeira arte de liderar para você é a liderança com os olhos no futuro, uma gestão motivadora e engajada na colaboração mútua. Sua visão está totalmente correta, é necessário que exista sensibilidade, entusiasmo e outros fatores importantes que agreguem qualidades a equipe e valores sustentáveis para o sucesso de qualquer organização. Como diz E. M. Kelly: "A diferença entre um chefe e um líder: um chefe diz 'Vá! Um líder diz 'Vamos!'".

continua >

ANEXO

QUESTIONÁRIO

COMO COMPREENDO A LIDERANÇA NAS ORGANIZAÇÕES?

continuação

RESULTADO DO QUESTIONÁRIO

ENTRE 16 E 20

Considero que está próximo a fazer parte dos “artistas da arte de liderar”, realmente é necessário muito talento. A liderança é mais profunda do que se imagina, alguns detalhes são essenciais para conduzir as pessoas e organizações ao sucesso. Nem sempre flexibilidade é a alma do negócio, pois encontrar o equilíbrio é fundamental. A cooperação é uma característica que deveria ser “nata” para qualquer líder, ainda mais em um mercado tão transformador desta nova era. A verdadeira liderança motiva, instiga e investe em seus profissionais. Também maximiza confiança, oportunidades e entusiasmo. Um líder precisa estar sempre atento às mudanças. Nem sempre basta resolver os problemas, é necessário uma visão holística da sua equipe e do seu negócio. Nem sempre a empresa é a responsável pelos resultados negativos de uma equipe, mas sim como a liderança traça e conduz suas metas e seus liderados. Como diz Arnold Glasgow: “Um dos testes de liderança é a habilidade de reconhecer um problema antes que ele se torne uma emergência.”

ABAIXO DE 16

Seu resultado não foi tão satisfatório, mas não desista pois você ainda tem muito a aprender e desenvolver. Diferente do que muitos imaginam, o sucesso de uma empresa não está na competitividade ou na flexibilidade. É essencial que a organização tenha um ponto de equilíbrio, hoje a cooperação é essencial entre os líderes, colaboradores e departamentos. A política centralizadora é totalmente arcaica, o momento é de transformação e colaboração. Mais que minimizar erros, uma liderança precisa de outros atributos para garantir o sucesso de sua equipe, precisa ter uma visão abrangente em relação ao futuro, informando-se e buscando novas formas de acompanhar a transformação intensa do mercado. Não podemos pensar que uma equipe desmotivada ou uma liderança desestimulante são frutos de uma empresa injusta, que não oferece salários compatíveis com o mercado. É função do líder buscar estímulos e soluções que fazem emergir os negócios da sua organização, é essencial também que ele contribua com bom humor, entusiasmo e criatividade. O importante são as atribuições necessárias para conduzir pessoas e uma empresa ao sucesso. Como diz Carlos Drummond de Andrade: “Fácil é ditar regras. Difícil é segui-las.”

AULA	TEMA	CULTURA ORGANIZACIONAL
3	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Discutir com a turma o conceito de Cultura Organizacional ■ Ampliar a compreensão dos estudantes acerca dos diferentes tipos de cultura organizacional
TEMPO	ATIVIDADE	
10'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Escrever no quadro a frase: "... é o conjunto de formas e expressões que caracterizarão no tempo uma sociedade. Inclui costumes, crenças, práticas comuns, regras, normas, códigos, vestimenta, religião, rituais e maneiras de ser que predominam na maioria das pessoas que a integram"⁴³ (ou exibir o PPT "Frase CULTURA" – material de suporte). ■ Provocar os estudantes: <ul style="list-style-type: none"> ■ Sobre o que esta frase fala? (Espera-se que os estudantes falem que é sobre cultura). ■ O que vocês identificam de evidente na cultura do nosso país? ■ É importante ressaltar que devido à extensão territorial do Brasil e à influência de vários povos, existe uma diversidade cultural muito grande em nosso país. Por exemplo: <ul style="list-style-type: none"> ■ No Nordeste temos o costume de tomar água de coco devido ao calor, já nas regiões do Sul se toma chimarrão, devido ao frio ■ Culinária do Nordeste: feijoada, feijão verde, baião, carne de sol, canjica. Culinária do Sul: churrasco, arroz carreteiro, pastel de bacalhau ■ O Nordeste é conhecido como a terra do Forró, da valorização da literatura de cordel e do artesanato. O Sul já é conhecido pelas oportunidades de emprego e pelos grandes centros urbanos ■ O Brasil também é fortemente conhecido como o País do carnaval ■ Comentar: Falamos de cultura relacionando à Pessoa Física. E em relação às Pessoas Jurídicas, será que elas também têm cultura? 	
35'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Para que os estudantes compreendam um pouco mais sobre a cultura nas organizações, convidar a turma para ler o texto "Tipos de cultura nas organizações" (anexo). <p>Atividade: Escolhendo o Tema</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Dividir a turma em 8 equipes e solicitar que escolham um representante para cada equipe, de preferência alguém que tenha boa pontaria para participar do jogo. ■ Colocar no chão da sala 8 garrafas (plástico) organizadas lado a lado, com uma distância de aproximadamente 30cm uma da outra. ■ Inserir, no interior de cada garrafa, uma tira de papel (anexo) com um tipo de cultura (cultura de poder, cultura de papéis, cultura de tarefas e cultura de pessoas). Assim cada tipo de cultura deve estar em duas garrafas, já que são 4 tipos de culturas e 8 garrafas. ■ Organizar os representantes em uma fila e pedir que, um de cada vez, arremesse a bola e tente derrubar uma garrafa. Caso erre, passa a vez e segue para o fim da fila; caso acerte, pega a garrafa e volta para sua equipe sem abrir. ■ Orientar a repetição desse procedimento até que todas as equipes tenham a sua garrafa. ■ Depois que todas as equipes estiverem com sua respectiva garrafa, solicitar que abram e retirem a tira de papel que está dentro dela. Dessa forma, cada equipe descobrirá seu tema. ■ Uma vez que todas as equipes já sabem seu tema, pedir para que se reúnam e dialoguem sobre o conteúdo de sua tira de papel. Após 5 minutos, requisitar às equipes com o mesmo tema, que se agrupem para ampliar a discussão e preparar uma apresentação. ■ Solicitar aos estudantes que estão prestigiando as apresentações, que fiquem atentos para identificar qual tipo de cultura está sendo abordado. ■ Administrar o tempo para que todas as apresentações sejam realizadas. 	

⁴³ Fonte adaptada: adaptado de <http://queconceito.com.br/cultura> Acesso em 17.04.2018

AULA	TEMA	CULTURA ORGANIZACIONAL
3	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Discutir com a turma o conceito de Cultura Organizacional ■ Ampliar a compreensão dos estudantes acerca dos diferentes tipos de cultura organizacional

continuação

TEMPO	ATIVIDADE
5'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Chamar a turma para ficar de pé e em círculo. Rodar um pincel no centro da sala e pedir para que o estudante que está na direção do pincel, responda: <ul style="list-style-type: none"> ■ Com qual dos tipos de cultura apresentados você mais se identifica? Justifique. ■ Girar o pincel novamente e perguntar: <ul style="list-style-type: none"> ■ Qual a importância da cultura em uma organização? ■ Finalizar ressaltando que a cultura organizacional é composta por crenças, comportamentos, políticas empresariais, valores éticos e morais. Assim, é possível afirmar que a cultura afeta todos os membros da empresa, como um caminho, uma direção, um exemplo para guiar comportamentos. Para que a cultura faça sentido dentro de um ambiente laboral é interessante que caminhe na mesma direção da missão, da visão, dos valores e das políticas empresariais.

MATERIAL NECESSÁRIO

- Pincel quadro branco
- PPT "Frase CULTURA"
- Texto: Tipos de cultura organizacional
- Tarjetas - Atividade Escolhendo o Tema
- 8 garrafas
- Bola (pode ser de papel)
- Cartolinas ou folha de papel A4

ORIENTAÇÕES

- Providenciar com antecedência as garrafas e a bola para a atividade (a bola pode ser de papel)
- Se for ministrar esta aula mais de uma vez no dia, escrever a frase da introdução em uma cartolina. Assim aproveitará o material em outras salas e ganhará tempo.

TEXTO

TIPOS DE CULTURA ORGANIZACIONAL⁴⁴

Saber as características culturais e em qual tipo de cultura sua empresa se enquadra é muito importante, principalmente para os gestores, que devem contratar pessoas que se encaixem no perfil da empresa.

Por isso, também vamos entender os tipos de cultura que uma organização pode possuir. Vamos analisar os propostos por Charles Handy, filósofo irlandês especializado em comportamento organizacional.

OS TIPOS DE CULTURA ORGANIZACIONAL SÃO:

Cultura do poder

Nesse tipo de organização, a cultura é voltada ao poder e esse é mantido por apenas algumas pessoas, essas que são capazes de influenciar toda a organização. Geralmente é o caso de empresas menores, em que o poder é centrado no dono.

Uma empresa com esse tipo de cultura é orientada a resultados e existem poucas regras e regulamentos, visto que o que acontece é dito por aqueles com poder de decisão.

Cultura dos papéis

Diferente das empresas com cultura de poder, uma organização com cultura de papel é orientada por regras, cargos e funções definidas. O poder, neste tipo de organização, é determinado pela posição de uma pessoa na estrutura organizacional.

Normalmente são empresas mais burocráticas, hierárquicas e que não costumam assumir riscos.

Cultura das tarefas

Nessa cultura, o foco está nos projetos e o poder está nas mãos de quem tem capacidade de resolver o problema, podendo ser uma equipe formada apenas para tal. Com maior flexibilidade, há maior possibilidade de mudanças e liberdade para agir com criatividade.

⁴⁴ Fonte: <https://endomarketing.tv/cultura-organizacional/> Acesso em 04.04.2018

ANEXO

Cultura de pessoas

Em uma organização com cultura de pessoas, o colaborador está sempre em primeiro lugar, independente do cargo que ocupa, suas ideias serão ouvidas. Há a consciência de que a empresa existe porque as pessoas estão ali e constantemente são incentivadas e valorizadas.

Além dos tipos, uma cultura ainda pode ser considerada forte, fraca, adaptativa ou conservadora. Vejamos o que as diferencia:

Cultura forte

Em uma organização com uma cultura forte, os valores são compartilhados entre todos os membros envolvidos, como deve ser. A cultura é estruturada e influencia comportamentos, faz parte de todas as etapas, desde a contratação até o fim de um contrato.

Cultura fraca

Uma cultura fraca se distingue por permitir mudanças frequentes nos valores ou hábitos. Normalmente é o caso de empresas jovens, que estão construindo sua maneira de ser, e por serem pequenas, se torna possível informar o que muda ao todo de forma fácil e rápida.

Cultura adaptativa

Uma cultura adaptativa, como o próprio nome diz, é aberta a mudanças e inovação. Uma organização com uma cultura assim flexível, normalmente realiza atualizações e busca revisar constantemente seus valores e características. Guiadas pela criatividade e inovação estão em constante adaptação, mas mantendo a estabilidade e garantindo que a identidade e a essência permaneçam.

Cultura conservadora

Organizações com a cultura organizacional conservadora, são aquelas que dificilmente mudarão os hábitos e os valores. Elas possuem costumes e tradições enraizadas e independente das mudanças no cenário exterior, permanecem as mesmas ao longo do tempo.

ANEXO

MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR

TARJETA PARA ATIVIDADE ESCOLHENDO O TEMA

ATENÇÃO: IMPRIMIR DUAS CÓPIAS DAS TIRINHAS PARA A ATIVIDADE.

Cultura do poder

VECTOR3D/SHUTTERSTOCK



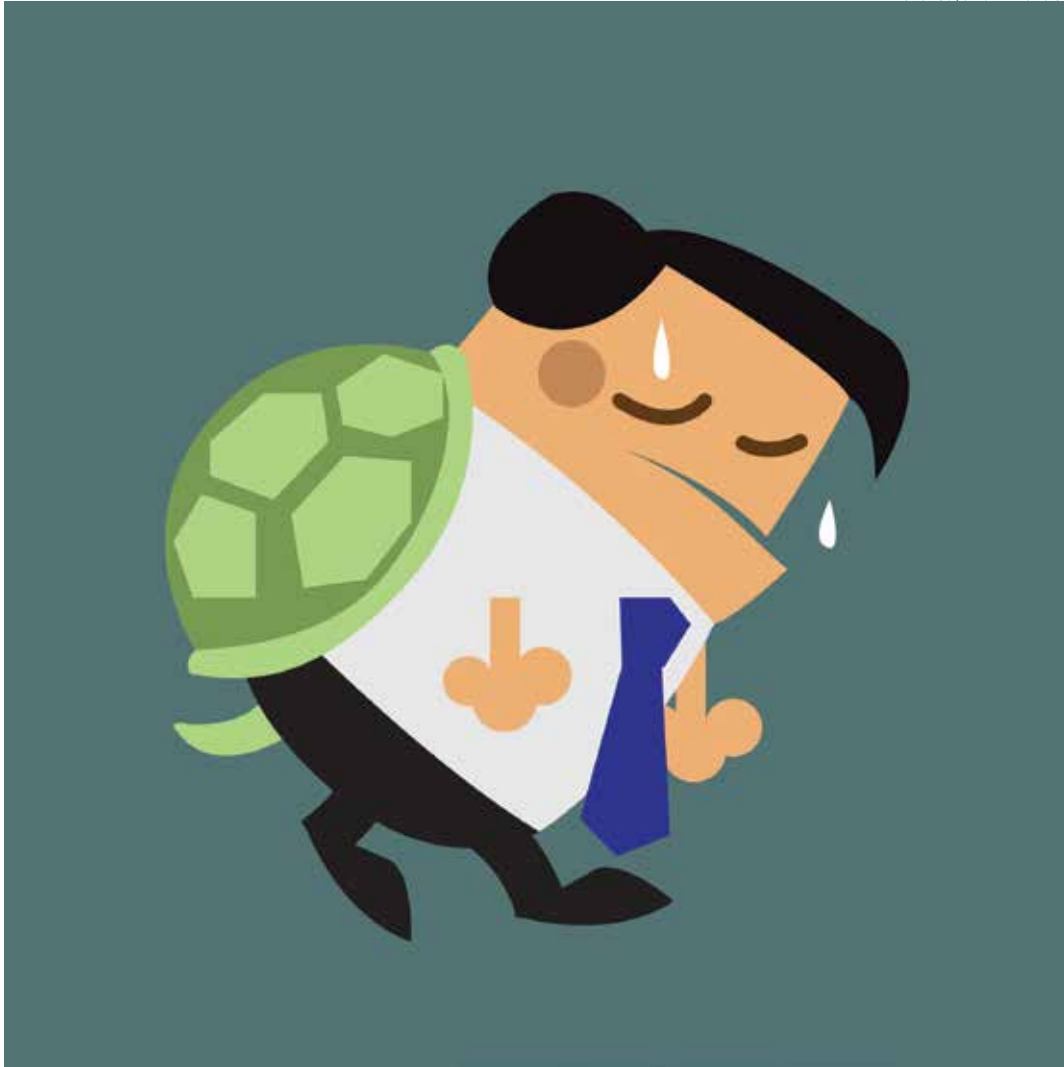
Nesse tipo de organização, a cultura é voltada ao poder e esse é mantido por apenas algumas pessoas, essas que são capazes de influenciar toda a organização. Geralmente é o caso de empresas menores, em que o poder é centrado no dono.

Uma empresa com esse tipo de cultura é orientada a resultados e existem poucas regras e regulamentos, visto que o que acontece é dito por aqueles com poder de decisão.

ANEXO

Cultura dos papéis

VECTOR3D/SHUTTERSTOCK



Diferente das empresas com cultura de poder, uma organização com cultura de papel é orientada por regras, cargos e funções definidas. O poder, neste tipo de organização, é determinado pela posição de uma pessoa na estrutura organizacional.

Normalmente são empresas mais burocráticas, hierárquicas e que não costumam assumir riscos.

ANEXO

Cultura das tarefas

VECTOR3D/SHUTTERSTOCK

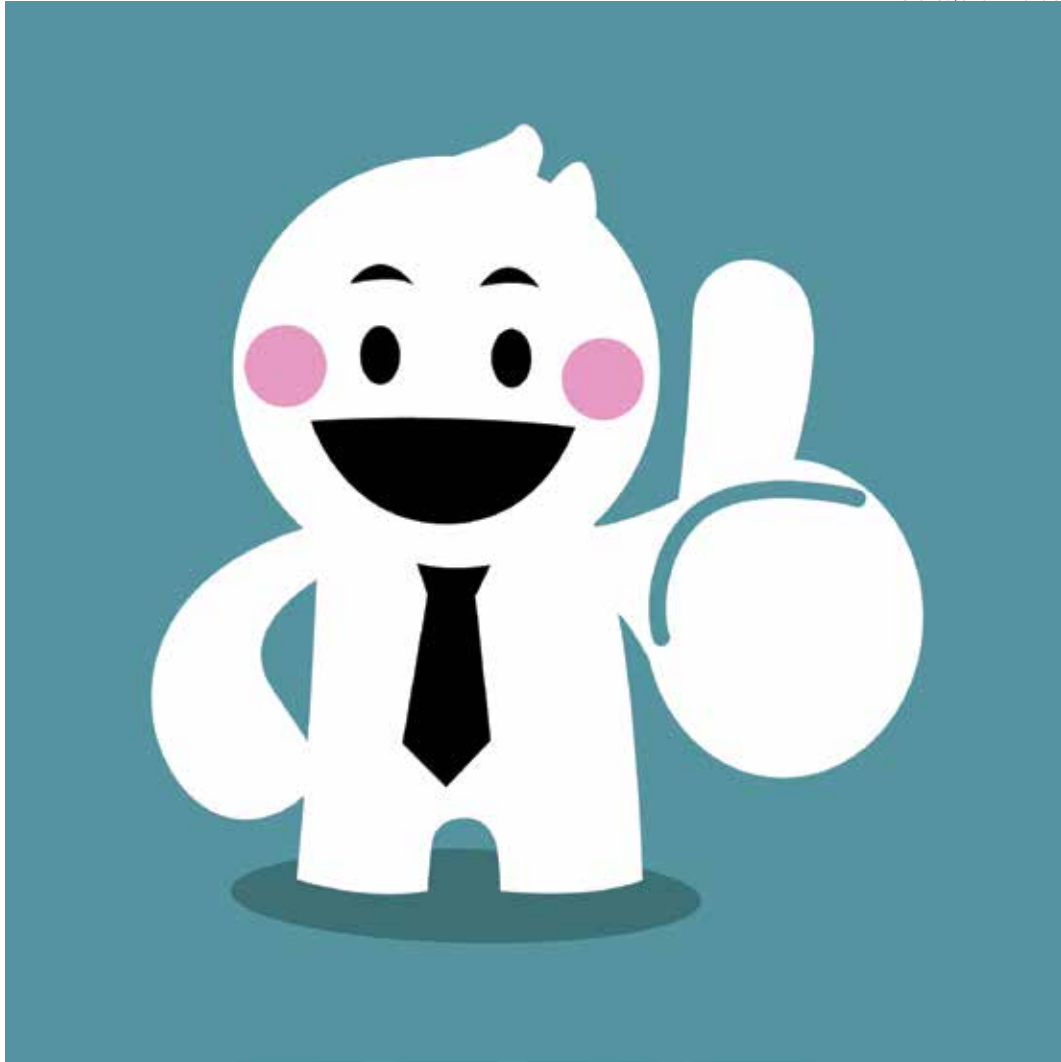


Nessa cultura, o foco está nos projetos e o poder está nas mãos de quem tem capacidade de resolver o problema, podendo ser uma equipe formada apenas para tal. Com maior flexibilidade, há maior possibilidade de mudanças e liberdade para agir com criatividade.

ANEXO

Cultura de pessoas

VECTOR3D/SHUTTERSTOCK



Em uma organização com cultura de pessoas, o colaborador está sempre em primeiro lugar, independente do cargo que ocupa, suas ideias serão ouvidas. Há a consciência de que a empresa existe porque as pessoas estão ali e constantemente são incentivadas e valorizadas.

AULA	TEMA	ESTRUTURA ORGANIZACIONAL: ORGANOGRAMA E NÍVEIS HIERÁRQUICOS
4	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Trabalhar o conceito de organograma, propiciando aos estudantes uma melhor compreensão das hierarquias dentro das organizações. ■ Provocar o grupo a perceber como acontece a comunicação entre os níveis hierárquicos no ambiente corporativo

TEMPO	ATIVIDADE
10'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Disponibilizar imagens (anexo) no centro da sala e perguntar aos estudantes: <ul style="list-style-type: none"> ■ Vocês sabem o que significam essas imagens? ■ Já viram essa estrutura em algum lugar? ■ Alguém já ouviu falar em organograma? ■ O que é um organograma? ■ Caso a turma desconheça, ressaltar que as imagens remetem a uma ferramenta bastante comum em ambientes corporativos e se chama ORGANOGRAMA. ■ Convidar a turma a conhecer um pouco mais sobre o assunto.
30'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Fazer a apresentação dialogada do PPT “Organograma e Níveis Hierárquicos”. ■ Construir o esqueleto de um organograma com fitas, no chão da sala (antes do início da aula), e convidar a turma a refletir sobre a instituição escolar. Questões a serem exploradas: <ul style="list-style-type: none"> ■ Quem são os responsáveis por transmitir os conteúdos das diversas áreas do conhecimento, fazendo com que os alunos atinjam níveis satisfatórios de aprendizagem? (Provavelmente os estudantes citarão os PROFESSORES - nível operacional) ■ Quem é responsável por desenvolver ações táticas viabilizando a formação dos professores, a interdisciplinaridade, o diálogo de uma área de conhecimento com a outra, o currículo mais integrado possível? (Espera-se que a turma responda: COORDENADOR - nível tático ou gerencial) ■ Quem é o responsável legal, judicial e pedagógico, que segue as orientações estratégicas da SEDUC? (Espera-se que digam: DIRETOR - nível estratégico). <p>Obs: É para constar no chão apenas o esqueleto em branco. O esquema deve ser preenchido de acordo com o que os estudantes forem respondendo, conforme o exemplo abaixo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Informar que o organograma é composto de cargos e funções e não de pessoas, pois as pessoas são transitórias. <div style="text-align: center; margin-top: 20px;"> <pre> graph TD Diretor --> CP[Coordenador Pedagógico] Diretor --> CE[Coordenador de estágio] CP --> PL[Professores de Linguagens e Códigos] CP --> PM[Professores de Matemática e Ciência das Natureza] CP --> PCH[Professores Ciências Humanas] CE --> AAF[Aux. Adm e financeira] </pre> </div>

AULA	TEMA	ESTRUTURA ORGANIZACIONAL: ORGANOGRAMA E NÍVEIS HIERÁRQUICOS
4	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Trabalhar o conceito de organograma, propiciando aos estudantes uma melhor compreensão das hierarquias dentro das organizações. ■ Provocar o grupo a perceber como acontece a comunicação entre os níveis hierárquicos no ambiente corporativo

continuação

TEMPO	ATIVIDADE
10'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Formar um círculo em pé. ■ Entrar no círculo com um baralho na mão, fazer um leque de cartas e pedir que 9 estudantes venham até o baralho e peguem uma carta. Cada estudante vira a sua carta mostrando para a turma, as três menores cartas respondem as seguintes perguntas: <ul style="list-style-type: none"> ■ O que você entendeu por organograma? ■ Quais as vantagens de um organograma em uma organização? ■ Quais os três níveis hierárquicos apresentados na aula de hoje?

MATERIAL NECESSÁRIO

- Imagens
- PPT "Organograma e Níveis Hierárquicos"
- Projetor
- Fita adesiva
- Baralho
- Pincel quadro branco

ORIENTAÇÕES

- Estudar o texto "Noções de Organograma" (material de suporte)
- Fazer o organograma de fita adesiva no chão antes de começar a aula. Caso não seja possível, utilizar o quadro para desenvolver essa atividade

MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR

NOÇÕES DE ORGANOGRAMA ⁴⁵

INTRODUÇÃO

DALYDESIGN/SHUTTERSTOCK



Dada a dificuldade de se visualizar uma entidade como um todo, surge a necessidade de apresentá-la num **gráfico**, que mostra, de forma imediata, as relações funcionais, os fluxos de autoridade e responsabilidade e as funções organizacionais da empresa.

O resultado do trabalho de definição da “estrutura” organizacional é, de fato, um desenho conhecido como “organograma”. **O organograma é uma representação gráfica que apresenta, ao mesmo tempo, a divisão do trabalho e as relações de poder no âmbito de uma organização.**

As **linhas horizontais**, com suas respectivas caixas, representam a distribuição das tarefas em áreas de atuação.

Já as **linhas verticais** exibem os **níveis hierárquicos** e os diferentes graus de responsabilidade e decisão, os diferentes graus de poder.

⁴⁵ Fontes: KWASNICKA, Eunice Lacava e Viviane Trocoli Rodrigues, *Caderno do Participante de Contexto das Relações de Trabalho do Com.Domínio Digital*.

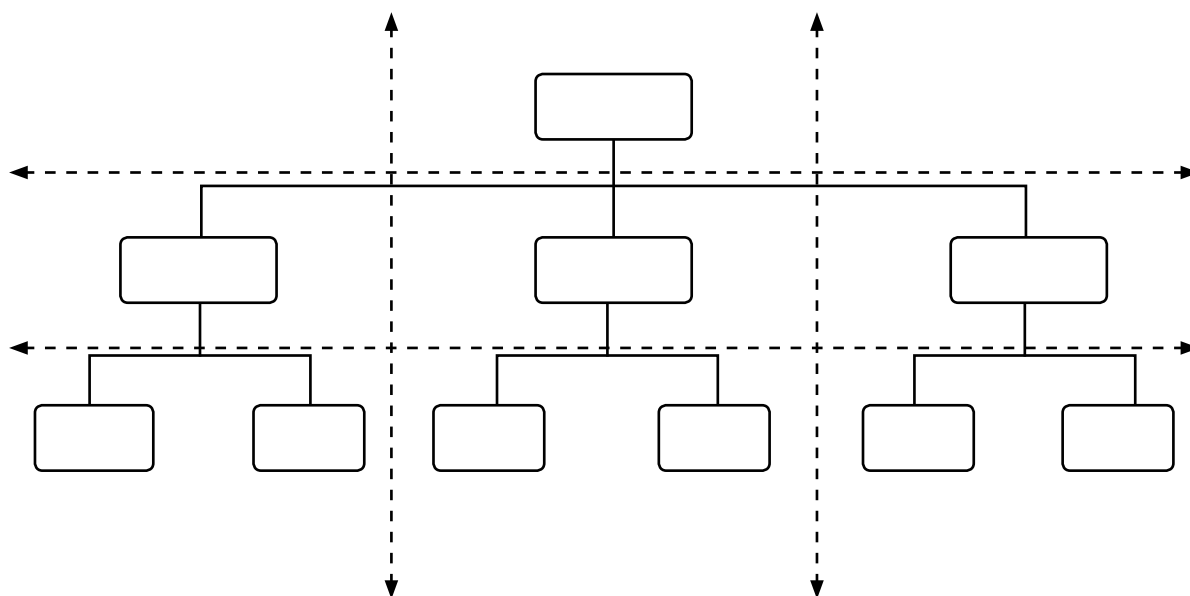
ANEXO

MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR

NOÇÕES DE ORGANOGRAMA

continuação

GRAFICAMENTE:



VANTAGENS DO ORGANOGRAMA

O organograma permite identificar equívocos numa organização, tais como:

- 1) Funções importantes relegadas a segundo plano;
- 2) Funções secundárias com muita importância;
- 3) Duplicação de funções;
- 4) Funções mal distribuídas.

LIMITAÇÕES DO ORGANOGRAMA

- 1) Mostra as relações que devem existir, o que não necessariamente corresponde à realidade.
- 2) Expressa o que está documentado nos Estatutos, regulamentos, instruções e portarias.
- 3) Deixa a desejar quando líderes passam a exercer funções de comando que limitam a autoridade formalmente delegada.

MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR

NOÇÕES DE ORGANOGRAMA

continuação

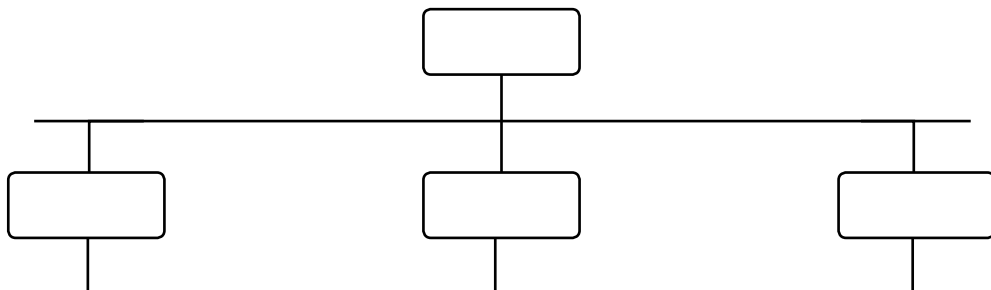
SUGESTÕES PARA O DESEMPENHO E AUMENTO DA UTILIDADE

1) É necessário que o organograma apresente a **estrutura que opera no momento de sua elaboração, e não a que as pessoas acreditam que deveria existir.**

2) Os títulos do cargo devem aparecer nos quadros, e, se houver necessidade de identificar o nome da pessoa que ocupa o cargo, este deve aparecer fora dele; se for colocado dentro do quadro, deve ser feito com outro tipo de letra, para facilitar a diferenciação.

Para maior clareza e referência, o gráfico deve ter **nome, data e número**, e deve ser mostrada a referência de outros gráficos derivados. Quadros suplementares devem ser usados para evitar grandes detalhes do organograma principal. Se um gráfico mostra somente uma parte da organização, **devem-se deixar linhas abertas para mostrar essa continuidade.**

Veja a figura:



continua >

ANEXO

MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR

NOÇÕES DE ORGANOGRAMA

continuação

NÍVEIS HIERÁRQUICOS ⁴⁶

Qualquer organização, independentemente do tamanho de sua operação, faturamento ou número de colaboradores, possui três níveis hierárquicos:

Nível Estratégico

Este é o nível onde são criados os fundamentos estratégicos da organização (como missão, visão, valores, crenças) e são traçados os objetivos estratégicos a curto, médio e longo prazo.

A metáfora do maestro é excelente para descrever a principal atribuição das pessoas que possuem funções neste nível, a de reger toda a orquestra para a consecução de seus objetivos previamente traçados e de acordo com os interesses dos acionistas/sócios. Sua principal ferramenta é o planejamento estratégico; e a visão sistêmica e de futuro são competências essenciais para sua boa gestão.

No mundo empresarial contemporâneo, entendo que é exatamente um meio para alcançar os objetivos, um processo formal de planejamento do futuro, buscando a análise e a antecipação do mercado, gerando uma aprendizagem empresarial na busca de uma liderança visionária, promovendo uma configuração, transformação e renovação em todos os níveis hierárquicos.

Cabe ao nível estratégico prover os recursos necessários para que os níveis tático e operacional possam cumprir com eficiência e eficácia suas devidas atribuições, processos e criar as condições necessárias para que as pessoas envolvidas desenvolvam as competências técnicas e comportamentais inerentes a cada função.

Nível Tático

Neste nível, entra a figura dos gerentes, coordenadores, supervisores e demais funções. Este nível tem como objetivo principal o desdobramento da estratégia, ou seja, de como será realizado o caminho para a consecução dos objetivos estratégicos (já estabelecidos no nível acima), utilizando de forma eficiente (cumprindo os processos) e eficaz (atingindo os objetivos), desdobrando-os em metas específicas para suas áreas e liderados.

Aqui, a palavra administrador é mais adequada. De acordo com cada função que o colaborador exerce, ele será o administrador (e responsável) de uma área, equipe, projeto, etc.

⁴⁶ Fonte: Texto disponível em <http://www.administradores.com.br/artigos/economia-e-financas/a-estrategia-nos-niveis-estrategico-tatico-e-operacional/66615/>
Acesso em 31.03.2013

continua >

ANEXO

MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR

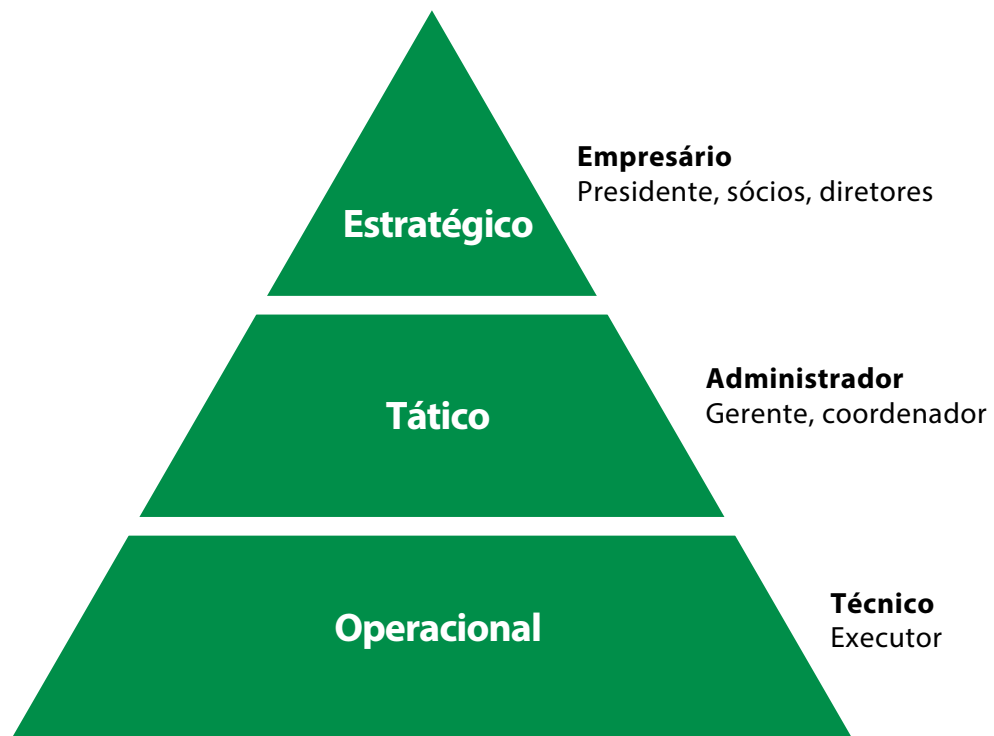
NOÇÕES DE ORGANOGRAMA

continuação

Nível Operacional

Para cumprir a estratégia traçada (desdobrando-a) e alcançar os objetivos almejados, é necessário que pessoas “coloquem a mão na massa”, ou seja, cumpram de forma eficiente e eficaz cada uma das atividades que lhes for atribuída. Por exemplo, um vendedor precisa prospectar um número “x” de clientes por dia, fazer “y” visitas, acompanhar os processos de vendas, preencher tais relatórios, etc.

É interessante pensarmos na figura de uma pirâmide para representar esta estrutura, bem como sua hierarquia, seus principais questionamentos, ferramentas e figuras (papeis, funções) para cada um dos níveis:



AULA	TEMA	ESTRUTURA ORGANIZACIONAL: CARGOS E FUNÇÕES
5	OBJETIVO	■ Apresentar aos estudantes os cargos e funções mais encontradas nas organizações

TEMPO	ATIVIDADE
10'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Resgatar com os estudantes o que foi trabalhado na aula passada e informar que hoje conhecerão mais sobre estrutura organizacional. ■ Projetar a imagem “Organograma Circular” (anexo), sem mencionar o título, e perguntar se os estudantes a reconhecem. ■ Reforçar que esse é um organograma apresentado de forma circular e não da forma convencional a qual estamos habituados. Mas, que tem o mesmo objetivo: representar graficamente uma organização. ■ Chamar atenção para a composição do organograma: está preenchido por cargos. ■ Como visto na aula passada, as pessoas são transitórias, portanto a orientação é que o organograma seja preenchido por cargos, devido a sua menor probabilidade de mudança. ■ Convidar a turma a conhecer um pouco mais sobre alguns cargos nas empresas.
30'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <p>Atividade: Painel interativo</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Distribuir, no centro da sala, tarjetas (amarelas) contendo os cargos e tarjetas (verdes) contendo as funções. ■ A turma deve circular pela sala. Cada estudante escolhe uma tarjeta e volta ao seu lugar (caso sobre tarjetas convidar os estudantes a pegar mais uma, de forma a que todos os cargos e funções sejam trabalhados. Se alguém ficar sem tarjeta, não há problema. ■ Em seguida, pedir aos estudantes que escolheram as tarjetas da cor “amarela” (cor referente aos cargos) que leiam suas tarjetas, digam o que entendem sobre ela e colem no quadro branco, uma de cada vez. ■ Quando os estudantes já tiverem compartilhado todas as tarjetas amarelas referentes aos cargos, solicitar que os estudantes que estiverem com as tarjetas verdes leiam os conceitos, um por vez, e associem com as tarjetas amarelas que estão no quadro. ■ Após as associações, pedir que a turma leia mais uma vez e mude alguma das tarjetas, caso não concordem com o exposto.
10'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Realizar a leitura dialogada do texto “Estrutura organizacional: algumas funções e atribuições de uma empresa” (anexo), sanando as possíveis dúvidas, reforçando características centrais de cada cargo e reorganizando as associações se preciso for.

MATERIAL NECESSÁRIO

- Projetor ou impressão da imagem
- Imprimir tarjetas: cargos e funções
- Texto “Estrutura organizacional: algumas funções e atribuições de uma empresa”

ORIENTAÇÕES

- Caso não seja possível projetar a imagem da introdução, imprimir e colocar no centro da sala para que os estudantes possam ver.
- Levar os Dossiês para a próxima aula.

ANEXO

ESTRUTURA ORGANIZACIONAL: ALGUNS CARGOS E ATRIBUIÇÕES DE UMA EMPRESA



continua >

ANEXO

ESTRUTURA ORGANIZACIONAL: ALGUNS CARGOS E ATRIBUIÇÕES DE UMA EMPRESA

continuação

CARGOS	ATRIBUIÇÕES
DIRETORIA	Órgão colegiado, formado por gestores de diferentes áreas, a quem é delegada a responsabilidade de, conjuntamente, gerir uma sociedade anônima ou outro tipo de sociedade.
TESOURARIA	Setor onde se administram valores, incluindo a administração de contas bancárias e o controle de entrada e saída de dinheiro de uma empresa.
CAIXA	Setor encarregado de pagamentos e recebimentos de contas e haveres
CADASTRO	Setor que mantém o registro de informações sobre clientes e/ou fornecedores de uma empresa, a partir das quais analisa a capacidade de compra e pagamento, recomendando ou não a realização de uma venda.
CONTABILIDADE	Setor que registra todas as ações e operações realizadas por uma empresa e os respectivos documentos fiscais e legais comprobatórios, organiza a escrituração das receitas e das despesas, realiza o balanço periódico e analisa os resultados.
CUSTOS	Despesas ou desembolsos feitos por uma pessoa ou firma para realizar determinada tarefa. São gastos com a realização de uma ou várias operações e que constituem, na maior parte dos casos, os encargos de operações.
FATURAMENTO	Setor responsável pela emissão das notas fiscais de venda de produtos de uma empresa.
MANUTENÇÃO	Setor encarregado da conservação do patrimônio de uma empresa, incluindo instalações físicas, mobiliário, veículos, ferramentas, máquinas e equipamentos.
SERVIÇOS GERAIS	Englobam todas as atividades não especializadas, como limpeza e pequenos serviços de suporte administrativo.
COMPRAS	Setor encarregado de adquirir todos os suprimentos para consumo da empresa, incluindo material de expediente, gêneros alimentícios (se for o caso), insumos, material de embalagem, peças de reposição, itens de mobiliário, etc. Normalmente a compra de matérias-primas não é da alçada do setor de compras, pois envolve conhecimento específico dos produtos e do mercado.

continua >


ANEXO
**ESTRUTURA ORGANIZACIONAL:
ALGUNS CARGOS E ATRIBUIÇÕES DE UMA EMPRESA**
continuação

CARGOS	ATRIBUIÇÕES
ALMOXARIFADO	Setor encarregado da guarda e movimentação dos estoques de bens de consumo da empresa. As empresas maiores não misturam bens de consumo com produtos acabados, cujo estoque e a respectiva movimentação ficam a cargo de outro setor.
VENDAS	Setor encarregado de garantir a colocação do produto da empresa no mercado, podendo traçar as estratégias e políticas necessárias ao incremento do faturamento. Suas atribuições podem ou não incluir ações nas áreas de propaganda, dependendo do porte e da estrutura da empresa.
RECURSOS HUMANOS	Setor encarregado de recrutamento, admissão, administração e demissão de pessoal, bem como de estabelecer políticas de boa convivência entre os funcionários e estabelecer a intermediação entre empregado e empregador.
MARKETING	Setor ou pessoa da empresa ou contratada para estudar o mercado e o comportamento do consumidor, com vistas a estabelecer estratégias de venda ou de desenvolvimento de produtos.
PRODUÇÃO	Setor responsável por todos os estágios de produção de um bem ou serviço, incluindo análise da qualidade das matérias-primas e insumos, seu armazenamento, manipulação e utilização do processo de industrialização, até a qualidade do produto acabado.
CONTROLE DE QUALIDADE	Sistema de monitoramento e definição de padrões e processos, com vistas a garantir a excelência de um produto ou serviço final.
ASSEMBLÉIA GERAL	É uma reunião de sócios de uma organização, com direito a voto, que, quando se constitui, tem poder de tomar decisões importantes para a gestão e o destino das sociedades.
SECRETARIA	Setor responsável pelo expediente da empresa, incluindo recepção, contatos presenciais e telefônicos, expedição e organização de correspondência e arquivo, entrevistas e assessoramento ao gestor da empresa.
CONSELHO FISCAL	Órgão colegiado, eleito em Assembleia Geral, e que exerce função de assessoria, analisando as contas da Diretoria e encaminhando relatório à Assembleia sobre a situação da sociedade, para subsidiar as decisões.

AULA	TEMA	DOSSIÊ 3 – DETERMINAÇÃO DOS CARGOS E ELABORAÇÃO DO ORGANOGrama
6	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Estimular o grupo a estabelecer as relações hierárquicas dentro do desenho representativo da empresa fictícia ■ Propiciar aos estudantes a oportunidade de representar graficamente uma organização através da criação de um organograma

TEMPO	ATIVIDADE
15'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Falar que hoje é dia de aprimorar os Dossiês, dando continuidade ao desenvolvimento da estrutura organizacional já criada em aulas passadas. Dessa vez, vamos incorporar o organograma. ■ Reunir as equipes dos Dossiês e realizar a leitura paragrafada do texto “Como criar um Organograma?” (anexo). Fazer provocações, gerando participação efetiva dos estudantes. <p>Obs: Projetar o texto ou entregar uma cópia para que cada equipe possa se apropriar do conteúdo.</p>
30'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Após a leitura do texto, entregar o dossiê de cada equipe e solicitar que discutam e criem organogramas que representem, verdadeiramente, as empresas criadas. ■ Atenção: O organograma deve ser desenvolvido com base nos passos do texto. ■ Passar nas equipes acompanhando o raciocínio desenvolvido pelo grupo, dando dicas e estimulando.
5'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Informar que, na aula 19, irão compartilhar com a turma o conteúdo produzido nesta aula.

MATERIAL NECESSÁRIO

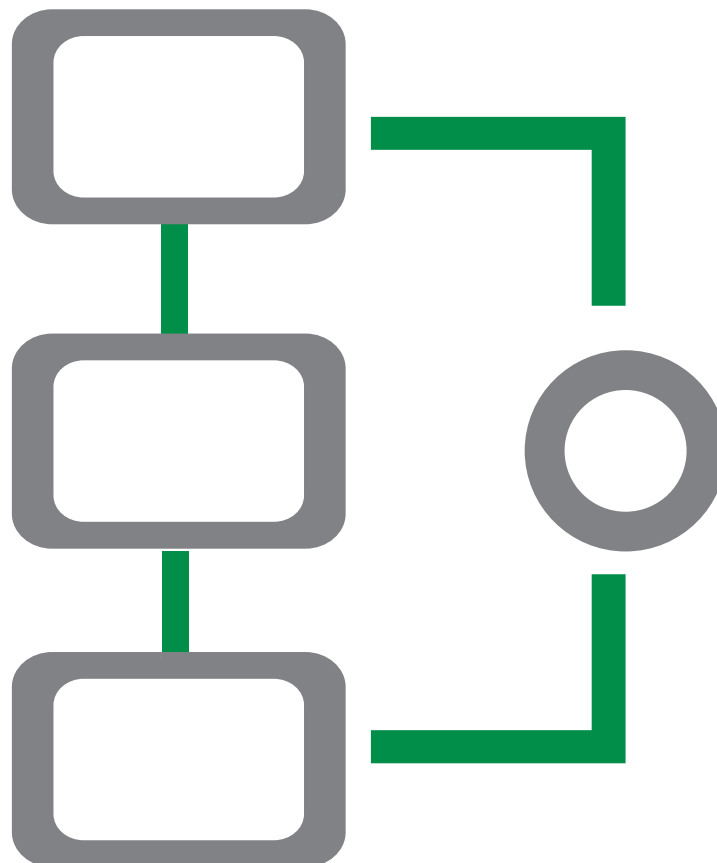
- Dossiês
- Texto “Como criar um Organograma?”
- Folhas de papel A4
- Canetinha, pincéis

ORIENTAÇÕES

- Se for possível utilizar o projetor, reservar com antecedência.
- Reservar o laboratório de informática para a próxima aula

COMO CRIAR UM ORGANOGRAMA?

Separamos 5 dicas para você conseguir montar um organograma.



1. FAÇA UMA PESQUISA

O primeiro passo é listar todas as equipes, cargos e pessoas que exercem cada função. Para isso, você precisa realizar uma pesquisa e conversar com cada funcionário.

A sugestão aqui é usar uma ferramenta para pesquisa *online*, enviar para todos os profissionais e pedir o preenchimento dos principais dados.

⁴⁷ Adaptado de: <https://www.sertms.com/blog/5-dicas-para-criar-um-organograma-da-sua-empresa-pensando-no-futuro/> Acesso em 10.04.18

ANEXO

COMO CRIAR UM ORGANOGRAMA?

continuação

2. IDENTIFIQUE AS HIERARQUIAS

Procure identificar quantas e quais são as estruturas de cargos da empresa, definindo os graus de hierarquia entre eles. Esses dados são importantes para saber o tamanho e qual a melhor forma de estruturar o organograma.

3. ESCOLHA O MELHOR MODELO

Há basicamente 3 modelos de organograma, que podem ser escolhidos de acordo com o número de cargos. São eles:

Modelo Vertical ou Clássico: é o formato mais conhecido, representando a hierarquia de cima para baixo, interligando caixas com informações por meio de setas.

Modelo Horizontal: também organizado com caixas e setas, esse modelo posiciona os cargos da esquerda para a direita.

Modelo Circular: nesse modelo, o cargo de maior responsabilidade ocupa o centro do organograma, enquanto os outros são dispostos em torno desse miolo. Quanto maior a posição na empresa, mais próxima essa função fica do centro.

4. SELECIONE A FERRAMENTA MAIS ADEQUADA

Há diversos programas para a montagem de um organograma. Esse gráfico pode ser feito no Word, Power Point ou Excel, apresentando níveis diferentes de complexidade.

Uma novidade interessante é a possibilidade de fazer o organograma pelo Trello, onde você pode inserir fotos, preferências e hobbies dos funcionários. Nesse caso, o organograma passa a ser um instrumento interessante de socialização.

Além disso, o uso de um aplicativo mais moderno vai facilitar a atualização do arquivo, o que é inevitável devido à rotatividade normal de funcionários em uma empresa.

5. VALIDE AS INFORMAÇÕES

Com o organograma pronto, é hora de conversar com os líderes de cada setor e validar as informações. Os dados sobre funcionários estão corretos? As hierarquias estão organizadas corretamente? Após essa validação, o organograma pode ser documentado e disponibilizado para acesso.

AULA	TEMA	QUALIDADE NO AMBIENTE CORPORATIVO
7	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Aprofundar com o grupo o conceito de qualidade no mundo corporativo ■ Provocar os estudantes a pesquisar e analisar políticas de qualidade adotadas pelas organizações

TEMPO	ATIVIDADE
10'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Comentar com os estudantes que até a aula passada foram desenvolvidos vários aspectos relacionados à estrutura organizacional: missão, visão, valores, cultura, organograma, níveis hierárquicos. ■ Reforçar que não adianta desenvolver toda a estrutura da organização e não prezar pela QUALIDADE. ■ Indagar: <ul style="list-style-type: none"> ■ O que vocês entendem por qualidade? ■ O que significa uma empresa de qualidade? ■ Uma empresa que preza pela qualidade deve se preocupar com o quê? ■ Evidenciar que prezar pela qualidade não se restringe mais a garantir os padrões de fabricação. Qualidade é bem mais amplo que prezar pela excelente fabricação do produto ou prestação do serviço. ■ As organizações estenderam esse conceito de qualidade. Hoje considera-se qualidade: as relações no ambiente de trabalho, o clima organizacional, a missão, o processo produtivo, a satisfação do cliente, a observância das questões de responsabilidade social, dentre muitas outras coisas.
25'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Fazer a leitura dialogada do texto “O que é a política da qualidade?” (anexo) esclarecendo melhor o conceito de qualidade no mundo corporativo. ■ Pedir para que as equipes dos Dossiês se reúnam para pesquisar, no laboratório de informática, políticas de qualidade adotadas pelas empresas no cenário atual. ■ Orientar que as equipes discutam e sistematizem as estratégias mais interessantes no instrumental “Estratégias de Qualidade” (anexo).
15'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Pedir que as equipes compartilhem as 3 estratégias pesquisadas que consideram mais interessantes.

MATERIAL NECESSÁRIO

- Texto “O que é a política da qualidade?”
- Instrumental “Estratégias de Qualidade”

ORIENTAÇÕES

- Reservar o laboratório de informática
- Sugestões para aprofundamento do tema:
 - <http://www.administradores.com.br/artigos/carreira/a-evolucao-da-qualidade-nas-organizacoes/48109/>
 - <http://blog.softium.com.br/index.php/entenda-importancia-da-gestao-da-qualidade-nas-organizacoes/>

ANEXO

O QUE É POLÍTICA DA QUALIDADE? ⁴⁸

Postado dia 8 de novembro de 2016 por Monise Carla na categoria Cultura organizacional

A Política da Qualidade é uma das primeiras coisas que a gente faz quando inicia a implantação de um Sistema de Gestão da Qualidade. É uma das atividades da Alta Direção e contém orientações gerais, intenções e objetivos da organização referente à qualidade.

Mas afinal, o que é uma política da Qualidade? E como saber se minha política está correta?

Uma política é um sistema de princípios definidos para orientar decisões que levarão a alcançar resultados mensuráveis, ou seja, é uma declaração formal do que é a qualidade para a empresa. O que significa QUALIDADE para a sua organização? É isso que a política deve responder!

A política da qualidade é um compromisso que a empresa declara para suas partes interessadas. Assim como a missão, a visão e os valores ajudam a alta direção a tomar decisões de priorização de projetos, contratação ou desligamento de contratos e estratégias para alcançar resultados, a política da qualidade deve ser formalizada para que ajude as pessoas a tomarem decisões sobre processos e produtos.

Imagine que a Política da Qualidade de uma pizzaria seja: "Fazer entregas rápidas, que satisfaçam os clientes e gerem lucro para a empresa", toda vez que uma melhoria de processo ajudar a fazer uma entrega mais rápida, ela está colaborando para a empresa ter mais qualidade. É claro que um critério não pode ferir o outro, não adianta fazer a entrega rápida e não satisfazer o cliente.

A Alta Direção deve estabelecer, implementar e manter uma política da qualidade que:

- a) Seja apropriada ao propósito e ao contexto da organização e apoie seu direcionamento estratégico;
- b) Proveja uma estrutura para o estabelecimento dos objetivos da qualidade;
- c) Inclua um comprometimento em satisfazer requisitos aplicáveis;
- d) Inclua um comprometimento com a melhoria contínua do sistema de gestão da qualidade.



⁴⁸ Texto adaptado: <http://www.blogdaqualidade.com.br/o-que-e-politica-da-qualidade/> Acesso em 12.04.18

continua >

ANEXO

O QUE É POLÍTICA DA QUALIDADE?

continuação

Uma Política da Qualidade realmente boa é aquela que é usada, ou seja, se a sua política da qualidade fica colada em um edital, escrita com letras pequenas no rodapé do e-mail ou guardada em algum repositório de documentos físico ou eletrônico, mas não é comentada em nenhuma reunião onde se toma decisões, existe uma grande probabilidade de sua política não servir para nada. Por isso, sua política deve estar coerente a missão, visão e valores da sua empresa, e considerar o planejamento estratégico da sua organização, para que seja desdobrada em melhorias nos processos e impulse o crescimento da sua organização.

É a partir desta declaração formal do que é qualidade para sua empresa que você dará o primeiro passo para estruturar uma cultura da qualidade forte, onde “a qualidade significa fazer certo quando ninguém está olhando”, como diria Henry Ford.

Quer iniciar um projeto de cultura da qualidade na sua empresa? Comece pela Política da Qualidade!

INSTRUMENTAL: ESTRATÉGIAS DE QUALIDADE

Pesquise e sistematize as 6 estratégias mais interessantes encontradas nas políticas de qualidade adotadas pelas organizações atuais.

PESQUISANDO ESTRATÉGIAS DE QUALIDADE NAS ORGANIZAÇÕES	
ESTRATÉGIAS	ORGANIZAÇÕES
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	

AULA	TEMA	DOSSIÊ 4 - DESENVOLVENDO A POLÍTICA DE QUALIDADE
8	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ampliar com o grupo o entendimento acerca do conceito de QUALIDADE ■ Estimular o grupo a desenvolver uma política de qualidade, fortalecendo ao mesmo tempo, o desenvolvimento do trabalho em equipe
TEMPO	ATIVIDADE	
15'	INTRODUÇÃO <ul style="list-style-type: none"> ■ Reproduzir o vídeo “Gestão da Qualidade Total” (material de suporte), buscando lapidar o conceito de qualidade trabalhado na aula passada e aprofundar o tema com a inserção de mais alguns elementos. ■ Pedir que os estudantes fiquem atentos ao vídeo e que façam anotações. ■ Após a exibição do vídeo, abrir espaço para que compartilhem o que foi anotado e reforçar algumas partes da mídia: <ul style="list-style-type: none"> ■ “O conceito moderno de qualidade está diretamente relacionado com a satisfação do cliente” ■ “A qualidade total está baseada no empoderamento das pessoas, proporcionando aos colaboradores autonomia para tomada de decisões” ■ Explicar os atributos da qualidade total: qualidade intrínseca, custo, atendimento, moral, segurança e ética. ■ Conceituar <i>Stakeholders</i>⁴⁹: são todos os grupos de pessoas impactadas pelas ações da sua empresa, desde os acionistas, funcionários, fornecedores, clientes até o governo e demais envolvidos. Exemplo: Um restaurante de comidas saudáveis (orgânico e vegetariano) – stakeholders: <ul style="list-style-type: none"> ■ Fornecedores: é necessário ter fornecedores honestos e envolvidos com a causa para garantir a compra de produtos sem agrotóxicos ou com as especificações/padrões necessários ■ Concorrentes: é interessante se manter vigilante nas ações do concorrente para que seja possível copiar as boas práticas adotadas ■ Cliente interno: é imprescindível garantir um bom clima organizacional para que os colaboradores trabalhem felizes. Dessa forma, as pessoas trabalham com mais afinco, respeitando as normas e padrões de qualidade e estão bem mais propícias a desempenhar um bom atendimento ■ Clientes externos: É essencial estar atento aos consumidores, na tentativa de maximizar a satisfação, satisfazendo as necessidades e os desejos de seu público. <p>Resumindo: Stakeholders são todos os envolvidos, direta ou indiretamente, no negócio.</p>	
30'	DESENVOLVIMENTO <p>Atividade: Criando política de qualidade</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Entregar o Dossiê de cada equipe e orientar que leiam tudo o que foi produzido até agora ■ Orientar que as equipes desenvolvam a política de qualidade das empresas, baseando-se no material que já compõe os Dossiês, tendo em vista que essa política deve estar diretamente relacionada e em consonância com as ações já elaboradas. Essas informações devem estar em harmonia e isso só será possível se estiverem na mesma linha, na mesma direção. ■ Entregar o instrumental “Criando políticas de qualidade” (anexo) para cada equipe; e solicitar que criem as estratégias de qualidade para suas empresas, com base nas pesquisas da aula passada. Além disso, justifiquem o porquê dessas estratégias. 	
5'	ENCERRAMENTO <ul style="list-style-type: none"> ■ Em círculo, com o Dossiê na mão, um representante de cada equipe deve avançar um passo à frente e compartilhar apenas uma das estratégias de qualidade desenvolvidas. ■ Pedir uma salva de palmas e reforçar que, na aula 19, todas essas estratégias na íntegra serão apresentadas. 	

MATERIAL NECESSÁRIO	ORIENTAÇÕES
<ul style="list-style-type: none"> ■ Projetor ■ Caixas de som ■ Mídia: “Gestão da Qualidade Total” ■ https://www.youtube.com/watch?v=R1CIN6esbkU ■ Dossiês ■ Instrumental “Criando políticas de qualidade” 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Sugestões para estudo e aprofundamento do tema: <ul style="list-style-type: none"> ■ http://www.administradores.com.br/artigos/carreira/a-evolucao-da-qualidade-nas-organizacoes/48109/ ■ http://blog.softium.com.br/index.php/entenda-importancia-da-gestao-da-qualidade-nas-organizacoes/

⁴⁹ Fonte: Disponível em: <https://endeavor.org.br/stakeholders/> Acesso em 29.08.2018.

 **ANEXO**

INSTRUMENTAL “CRIANDO POLÍTICAS DE QUALIDADE”

POLÍTICA DE QUALIDADE	
ESTRATÉGIA	JUSTIFICATIVA
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	
11.	
12.	

AULA	TEMA	ELEMENTOS BÁSICOS DA COMUNICAÇÃO
9	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Aprofundar com o grupo o conhecimento acerca dos principais tipos de comunicação ■ Abordar quais elementos compõem um processo de comunicação ■ Despertar o grupo para a importância de uma boa comunicação no mundo do trabalho
TEMPO	ATIVIDADE	
10'	INTRODUÇÃO <ul style="list-style-type: none"> ■ Colocar para os estudantes que dois passos importantes para a formação, no mundo do trabalho, já foram dados: a compreensão de identidade pessoal e empresarial e como trabalhar as relações no trabalho. ■ Provocar a seguinte reflexão no grupo: “Quando estamos trabalhando e interagindo com as pessoas, precisamos ter um elemento neste processo que favorece a boa relação em grupo. Alguém arrisca dizer que elemento é este?” (Espera-se que o grupo traga a “comunicação”). Em seguida, perguntar: <ul style="list-style-type: none"> ■ Qual a importância da comunicação no mundo do trabalho? ■ Por que se comunicar de forma clara e precisa pode fazer a diferença no ambiente de trabalho? 	
30'	DESENVOLVIMENTO Atividade: Comunicar é preciso! PARTE 1 <ul style="list-style-type: none"> ■ Dividir a turma em dois grupos com quantidades iguais. Caso a frequência do dia seja ímpar, solicitar que um estudante fique de apoio na atividade. ■ Solicitar que um dos grupos aguarde rapidamente do lado de fora da sala. Pedir então para os estudantes que ficaram, organizar duas fileiras de cadeiras, uma de costas para a outra e entregar para cada um deles uma figura (anexo), que deve ficar coberta. ■ Pedir que os demais estudantes entrem e se sentem em uma das cadeiras sem tira-las da posição. Então, orientar que os estudantes que permaneceram na sala deverão comunicar somente pela voz, com o colega que está atrás, para que estes desenhem a mesma figura no papel. Lembrar que em nenhum momento eles poderão virar. O único contato será pela voz. ■ Entregar aos estudantes que entraram na sala um pedaço de papel e lápis para que eles tentem reproduzir a figura exatamente igual na folha. ■ Fornecer 5' para a atividade. ■ Ao final, pedir que os pares verifiquem se acertaram o desenho ditado pelo colega. PARTE 2 <ul style="list-style-type: none"> ■ Convidar agora que os estudantes que estavam na sala se retirem por um instante. ■ Após a saída, pedir aos estudantes que ficaram na sala para porem as cadeiras de frente uma para outra com uma distância de quatro passos. ■ Entregar um novo desenho e dizer que agora eles terão que passar o desenho para o colega somente por meio de mímica. Em nenhum momento poderão mostrar a figura para o colega ou fazer algum ruído, tão pouco movimentar os lábios. ■ Destinar 5' para o processo. ■ Ao final, solicitar que as duplas verifiquem se houve êxito na atividade. FECHAMENTO: <ul style="list-style-type: none"> ■ Perguntar a turma: <ul style="list-style-type: none"> ■ Qual situação foi mais difícil? ■ Comentar a importância de uma comunicação clara, objetiva e concisa, ressaltando que, nem sempre a forma que entendemos, representa a informação que o emissor buscou passar. ■ Continuar a discussão: <ul style="list-style-type: none"> ■ Como foi comunicar-se com o colega sem olhar e o que interferiu? ■ Quais as principais dificuldades encontradas durante a vivência? ■ Para consolidar o aprendizado, promover uma leitura expositiva do texto: “Comunicação no mundo do trabalho” (anexo). 	

continua >

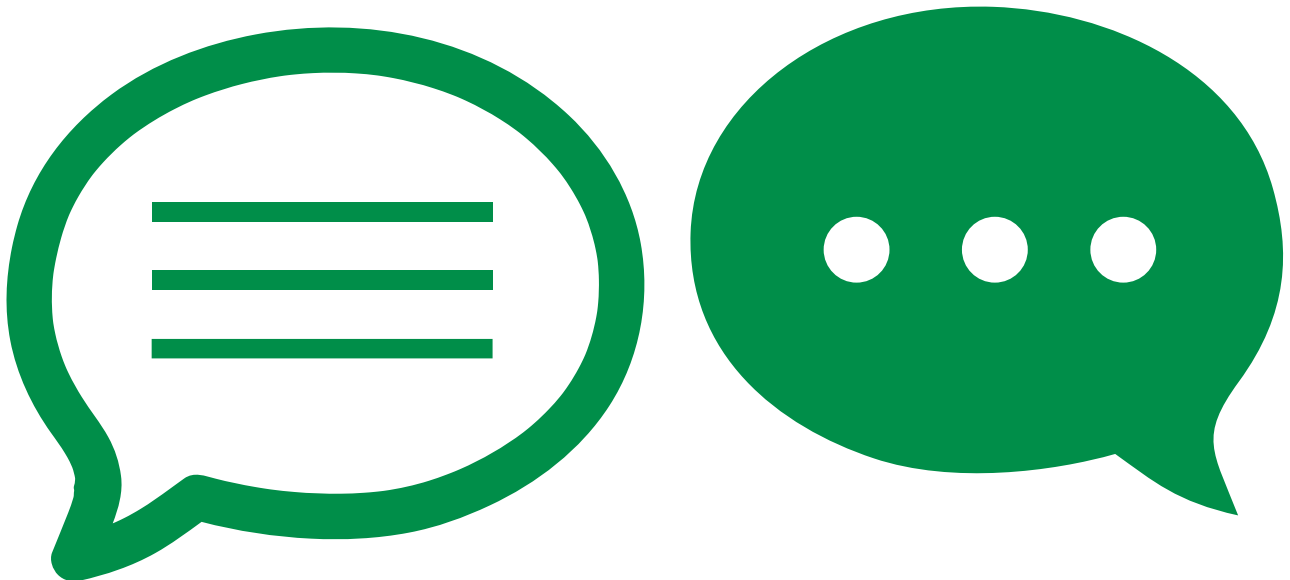
AULA	TEMA	ELEMENTOS BÁSICOS DA COMUNICAÇÃO
9	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Aprofundar com o grupo o conhecimento acerca dos principais tipos de comunicação ■ Abordar quais elementos compõem um processo de comunicação ■ Despertar o grupo para a importância de uma boa comunicação no mundo do trabalho

continuação

TEMPO	ATIVIDADE
10'	ENCERRAMENTO <ul style="list-style-type: none"> ■ Expor a figura “O Poder do Boato – Ruídos na Comunicação” (anexo) e refletir junto com os estudantes a respeito da importância de uma boa comunicação, observando os elementos básicos da comunicação: emissor, mensagem e receptor.

MATERIAL NECESSÁRIO
<ul style="list-style-type: none"> ■ Figuras impressas Atividade “Comunicar é Preciso!” ■ Folhas de papel ofício ■ Texto: “Comunicação no mundo do trabalho” ■ Lápis ou canetas ■ Imagem “O Poder do Boato – Ruídos na Comunicação”

ORIENTAÇÕES
<ul style="list-style-type: none"> ■ Impressão das figuras; ■ Estudo sobre os elementos básicos da comunicação.



ANEXO

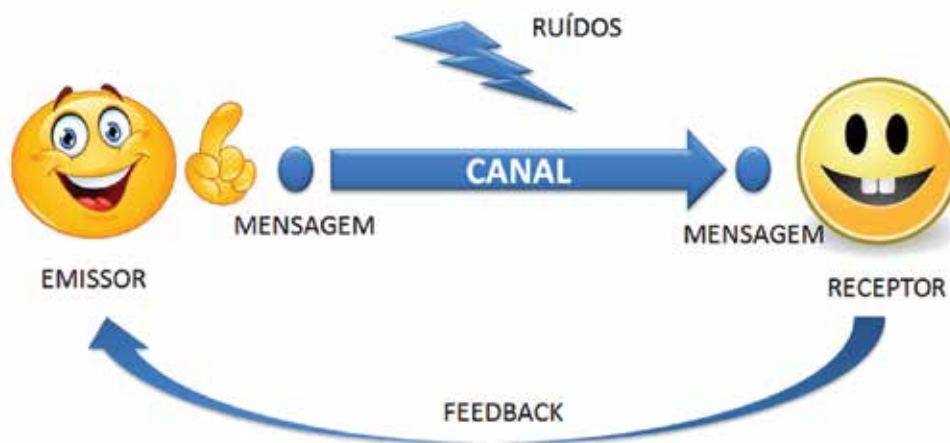
O QUE É COMUNICAÇÃO ⁵⁰

Comunicação é a forma como as pessoas se relacionam entre si, dividindo e trocando experiências, ideias, sentimentos, informações, modificando mutuamente a sociedade onde estão inseridas. Sem a comunicação, cada um de nós seria um mundo isolado.

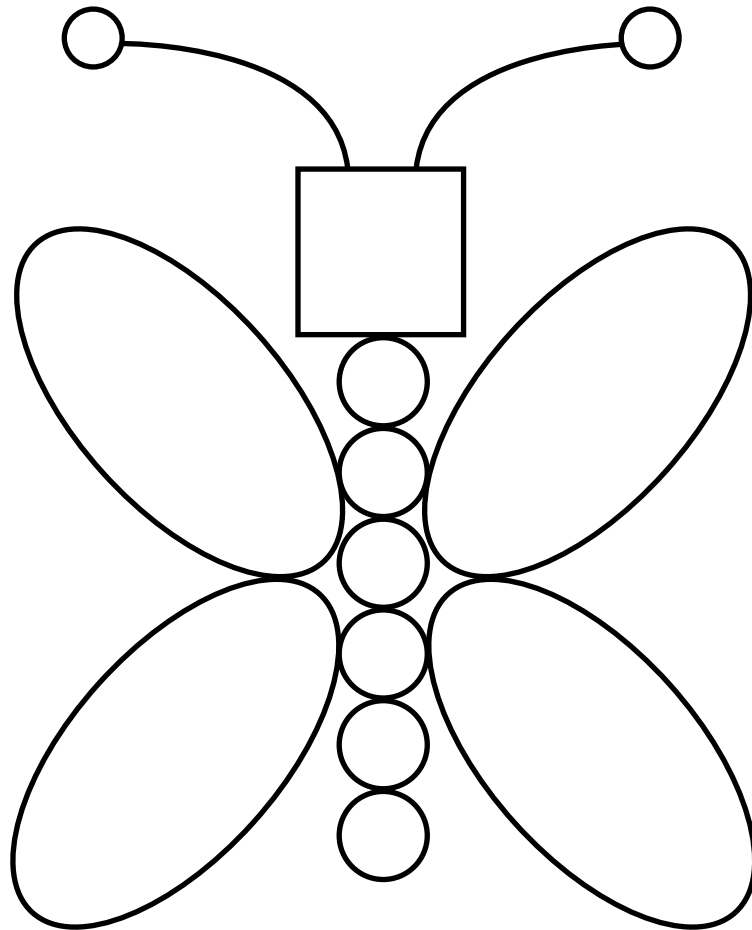
Comunicar é tornar comum, podendo ser um ato de mão única, como TRANSMITIR (um emissor transmite uma informação a um receptor), ou de mão dupla, como COMPARTILHAR (emissores e receptores constroem o saber, a informação, e a transmitem). Comunicação é a representação de uma realidade. Serve para partilhar emoção, sentimento, informação.

Quem comunica é a fonte e, do outro lado, está o receptor. O que se comunica é a mensagem.

Pode ser vista, ouvida, tocada. As formas de mensagens podem ser: palavras, gestos, olhares, movimentos do corpo. As formas como as ideias são representadas são chamadas de signos. Em conjunto, formam os códigos: língua portuguesa, código Morse, Libras, sinais de trânsito.



⁵⁰ FONTE: Baseado em texto do site: <http://ana-intervalo.blogspot.com/2009/02/o-que-e-comunicacao.html>. Acesso: 29.08.2018; e do texto "Comunicação: por que é importante?", de Lóide Magalhães.

ANEXO**MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR**
FIGURAS PARA ATIVIDADE
“COMUNICAR É PRECISO!”.**FIGURA A**

continua >

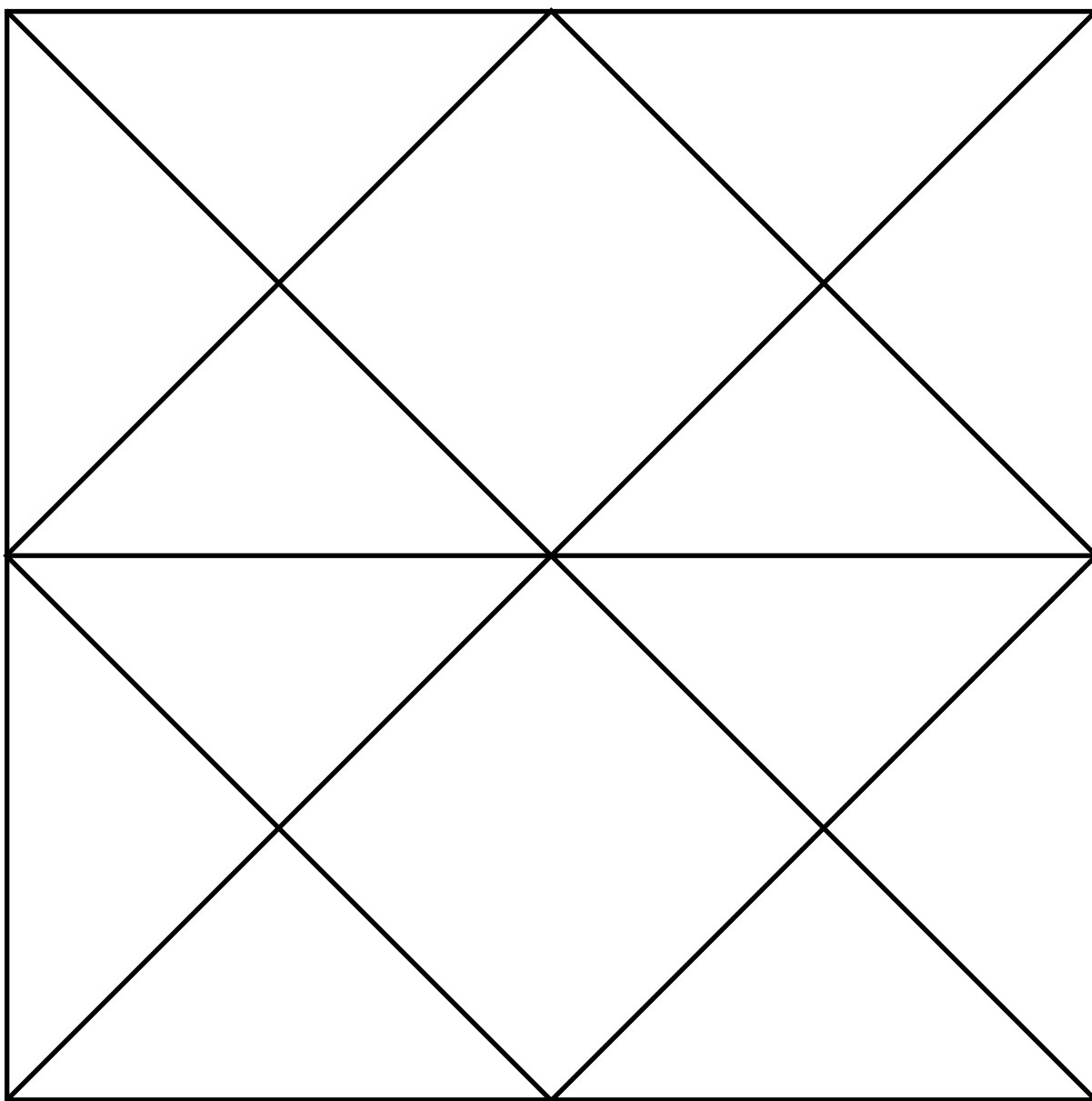
ANEXO

MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR

FIGURAS PARA ATIVIDADE “COMUNICAR É PRECISO!”.

continuação

FIGURA B

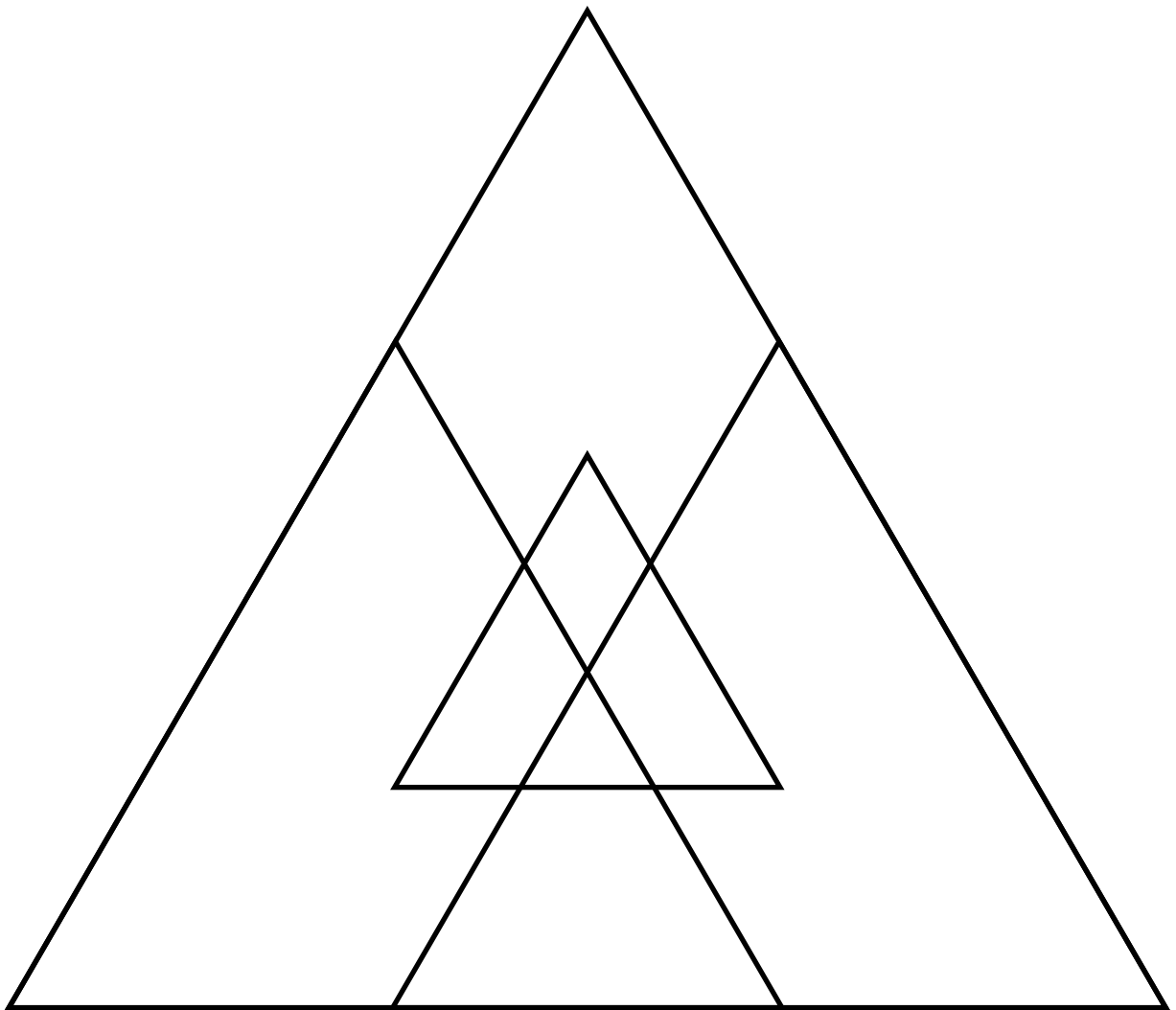


continua >

ANEXO**MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR**

FIGURAS PARA ATIVIDADE “COMUNICAR É PRECISO!”.

continuação

FIGURA C

ANEXO

FIGURA: O PODER DO BOATO – RUÍDOS NA COMUNICAÇÃO



MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR COMUNICAÇÃO⁵¹

Por Graciele Gessner

A boa comunicação é muito importante para a integração de qualquer equipe de trabalho. A comunicação é de extrema importância para o desenvolvimento do negócio, criando na empresa um dos maiores desafios dos líderes.

1 - O QUE É COMUNICAÇÃO?

Comunicação é o processo de transmitir a informação e compreensão de uma pessoa para outra. Se não houver esta compreensão, não ocorre a comunicação. Se uma pessoa transmitir uma mensagem e esta não for compreendida pela outra pessoa, a comunicação não se efetivou. Segundo Chiavenato (2000, p. 142), "é a troca de informações entre indivíduos". Significa tornar comum uma mensagem ou informação. Ao conceito de Scanlan (1979, p. 372), a comunicação pode ser definida simplesmente como o processo de se passar informações e entendimentos de uma pessoa para outra.

Num conceito mais amplo e moderno aplicado ao Mundo do Trabalho, o profissional precisa proporcionar uma comunicação clara e precisa, ter decisões rápidas, visão e ação integral, iniciativa própria e informação plena do negócio da empresa.

⁵¹ O texto está disponível em: <http://www.artigos.com/artigos/sociais/administracao/comunicacao-1511/artigo/>. Acesso em 02.12.2012.

MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR

COMUNICAÇÃO

2 - O PROCESSO DE COMUNICAÇÃO

Cada período de comunicação é diferente de qualquer outra. O processo de comunicação é composto de três etapas subdivididas:

Emissor: é a pessoa que pretende comunicar uma mensagem, pode ser chamada de fonte ou de origem.

- a) **Significado:** corresponde à ideia, ao conceito que o emissor deseja comunicar.
- b) **Codificador:** é constituído pelo mecanismo vocal para decifrar a mensagem.

Mensagem: é a ideia em que o emissor deseja comunicar.

- a) **Canal:** também chamado de veículo, é o espaço situado entre o emissor e o receptor.
- b) **Ruído:** é a perturbação dentro do processo de comunicação.

Receptor: é a etapa que recebe a mensagem, a quem é destinada.

- a) **Descodificador:** é estabelecido pelo mecanismo auditivo para decifrar a mensagem, para que o receptor a compreenda.
- b) **Compreensão:** é o entendimento da mensagem pelo receptor.
- c) **Regulamentação:** o receptor confirmar a mensagem recebida do emissor, representa a volta da mensagem enviada pelo emissor (Feedback).

Por exemplo: Uma pessoa (emissor) tem uma ideia (significado) que pretende comunicar. Para tanto se vale de seu mecanismo vocal (codificador), que expressa sua mensagem em palavras. Essa mensagem, veiculada pelo ar (canal) é interpretada pela pessoa a quem se comunica (receptor), após sua decifração por seu mecanismo auditivo (descodificador). O receptor, após constatar que entendeu a mensagem (compreensão), esclarece a fonte acerca de seu entendimento (regulamentação).

Pode-se, portanto, dizer que a comunicação só pode ser considerada eficaz quando a compreensão de receptor coincide como o significado pretendido pelo emissor. Caso isto não aconteça de forma adequada, ocorre o que se chama de Ruído na Comunicação. O processo de comunicação nunca é perfeito. No decorrer de suas etapas sempre ocorrem perturbações que prejudicam o processo, as quais são denominadas ruídos. Ruído é uma perturbação indesejável em qualquer processo de comunicação, que pode provocar perdas ou desvios na mensagem.

De acordo com Carvalho (1995, p. 82), o ruído é identificado na comunicação humana como o conjunto de barreiras, obstáculos, acréscimos, erros e distorções que prejudicam a compreensão da mensagem em seu fluxo: emissor x receptor e vice-versa. Isto significa que nem sempre aquilo que o emissor deseja informar é precisamente aquilo que o receptor decifra e compreende.

Segundo Gil (1994, p.34), entende-se por ruído qualquer fonte de erro, distúrbio ou deformação da fidelidade na comunicação de uma mensagem, seja ela sonora, visual, escrita, etc. E é este o desafio das comunicações nas empresas e na nossa vida diária.

continua >

ANEXO

MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR

COMUNICAÇÃO

continuação

3 - COMUNICAÇÃO VERBAL

Quase toda a comunicação verbal é realizada por escrito e devidamente documentada por meio de protocolo, mas é composta pela palavra.

- **Comunicação Oral:** são as ordens, pedidos, conversas, debates, discussões.
- **Comunicação Escrita:** são as cartas, telegramas, bilhetinhos, letreiros, cartazes, livros, folhetos, jornais, revista.

4 - COMUNICAÇÃO NÃO-VERBAL

Através desta comunicação não-verbal ocorre a troca de sinais: olhar, gesto, postura, mímica. A comunicação por mímica são os gestos das mãos, do corpo, da face, as caretas. Já por olhar, as pessoas costumam se entender pelo olhar.

Comunicação pela postura: o modo como nos sentamos, o corpo inclinado para trás ou para frente, até mesmo a posição dos pés. Tudo isso na maioria das vezes é o nosso subconsciente transmitindo uma mensagem.

Comunicação por gestos: pode ser voluntária, como um beijo ou um cumprimento. Mas também pode ser involuntária, como por exemplo, mãos que não param de rabiscar ou de mexer em algo. Isso é sinal de tensão e, ou nervosismo.

ATENÇÃO, FIQUE LIGADO!

5 - FATORES QUE FACILITAM O PROCESSO DE COMUNICAÇÃO:

- Respiração: você deve respirar de modo inaudível. Sua voz deve sair tranquila e ritmada;
- Usar o tom de voz certo;
- Usar uma linguagem clara e simples;
- Falar pausadamente;
- Empregar palavras e termos conhecidos;
- Escutar corretamente;
- Demonstrar interesse;
- Entender a mensagem adequadamente.

continua >

MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR

COMUNICAÇÃO

continuação

6 - OBSTÁCULOS À COMUNICAÇÃO:

- Dificuldade de Expressão;
- Timidez/ Medo de expressar suas opiniões;
- Escolha inadequada do Meio;
- Escolha inadequada do Receptor;
- Suposições;
- Atitude de pouco interesse pelo que o outro tem a dizer;
- Estereótipos e preconceitos;
- Comportamento defensivo e diferenças de opiniões;
- Estado físico ou emocional.

7 - COMUNICAÇÃO NA EMPRESA

Na chamada sociedade da informação em que vivemos, as empresas necessitam dominar a comunicação. Eis alguns aspectos cruciais para um melhor funcionamento interno:

- **Prioridade à comunicação:** mensagens claras e precisas devem permear o cotidiano da direção e dos empregados em seu relacionamento;
- **Abertura da direção:** disposição de tornar acessíveis informações essenciais, garantindo insumos básicos aos colaboradores;
- **Processo de busca:** empenho de cada colaborador em buscar as informações de que precisa para realizar bem o seu trabalho;
- **Autenticidade:** ênfase na transparência da execução de todas as tarefas;
- **Foco em aprendizagem:** garantia de efetiva aprendizagem do que é comunicado, otimizando o processo de comunicação;
- **Individualização:** consideração às diferenças individuais evitando estereótipos e generalizações para assegurar sintonia e qualidade de relacionamento na empresa;
- **Competências de base:** desenvolvimento de competências essenciais em comunicação (saber se expressar oralmente e por escrito);
- **Velocidade:** rapidez na comunicação dentro da empresa, potencializando suas qualidades e contribuindo para o alcance dos objetivos maiores;
- **Adequação tecnológica:** equilíbrio entre tecnologia e contato humano para assegurar a qualidade da comunicação e aumentar a força do grupo.

AULA	TEMA	A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO NO AMBIENTE DE TRABALHO	
10	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Reconhecer e fortalecer com a turma os diferentes canais de comunicação presentes no ambiente de trabalho ■ Promover com os estudantes uma melhor compreensão sobre a articulação entre os elementos básicos da comunicação ■ Abordar dicas para uma boa comunicação 	
TEMPO	ATIVIDADE		
5'	INTRODUÇÃO		
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Relembrar com a turma os elementos básicos da comunicação vistos na aula passada: emissor, receptor, mensagem, ruídos, canal de comunicação, contexto. 		
20'	DESENVOLVIMENTO 1		
	Atividade: Canais de comunicação <ul style="list-style-type: none"> ■ Dividir o quadro em três partes, fazendo a tabela abaixo, escrevendo primeiro a coluna "meios de comunicação": 		
	MEIO DE COMUNICAÇÃO	VANTAGENS	DESVANTAGENS
	1.		
	2.		
	...		
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Pedir aos estudantes para citar alguns meios por onde a informação (mensagem) pode ser encaminhada nos dias de hoje (espera-se como resposta: televisão, internet, rede social, <i>Whatsapp</i>, e-mail, telefone, etc.). À medida que os estudantes dizem o meio de comunicação, anotar no quadro. ■ Em seguida, escrever a próxima coluna "vantagens" e pedir que a turma identifique quais são as vantagens para cada meio de comunicação. ■ Repetir o processo em relação às desvantagens. ■ Fechar a atividade perguntando ao grupo: <ul style="list-style-type: none"> ■ Quais desses meios são os mais usados nos ambientes de trabalho? Por quê? ■ Observação: importante provocar a turma sobre as mais diversas formas de comunicação presentes no mundo laboral e que, por vezes, fazemos uso de todos os recursos de comunicação citados. 		
20'	DESENVOLVIMENTO 2		
	Convidar a turma para a leitura dialogada do texto "A importância da comunicação no ambiente de trabalho" (anexo). Observação: Espera-se que a turma perceba que somente o canal de comunicação não faz a efetividade da mensagem, mas que uma série de elementos articulados são necessários para uma correta decodificação da informação encaminhada.		
5'	ENCERRAMENTO		
	Fazer um círculo e pedir que cada estudante transmita criativamente o sentimento da aula de hoje.		

MATERIAL NECESSÁRIO

- Texto: A importância da comunicação no ambiente de trabalho.
- Quadro-branco e pincel

A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO NO AMBIENTE DE TRABALHO ⁵²

Segundo uma pesquisa realizada pelo Project Management Institute Brasil (PMI), 76% de 300 grandes empresas, definem a comunicação no ambiente de trabalho como o principal motivo de fracasso de diversas atividades propostas.

A comunicação é responsável por transmitir mensagens claras, com o objetivo de aprimorar a rotina de trabalho. A comunicação é uma ferramenta crucial em todas as suas faces, é através dela que iremos poder desenvolver uma boa avaliação de desempenho.

Os seres humanos são altamente relacionáveis, e com isso a comunicação se torna a base de todas as atividades. O homem sempre esteve em busca de maneiras de relacionar que fossem eficientes, e hoje não é diferente. Temos diversas formas de estabelecer relações pessoais e profissionais a fim de gerar compreensão e engajamento. E no ambiente corporativo, as empresas precisam se adequar às gerações contemporâneas que possuem sua própria maneira de se comunicar e trabalhar.

A comunicação é uma das principais competências necessárias para o ser humano, e no ambiente corporativo isso não é diferente.

As novas tendências de mercado, e os avanços tecnológicos aumentaram a importância do domínio da comunicação no ambiente de trabalho, seja ela escrita ou oral. Hoje o mercado está cada vez mais exigente. Assim, o profissional precisa sempre aprimorar a **boa comunicação no ambiente de trabalho**, fazendo cursos específicos, como: falar em público, cursos de língua portuguesa e etc.

Quanto mais envolvidos e bem informados os seus colaboradores estiverem, mais empenhados eles estarão para realizar as suas atividades. O desenvolvimento de capacidades depende não só do canal utilizado para realizar a comunicação, mas também da forma de se expressar.

Uma boa comunicação é elemento fundamental para o sucesso. Os profissionais não devem ter medo de expor suas ideias, apenas devem estar atentos para falar de forma a serem compreendidos, ou seja, de maneira objetiva e clara.

Se a sua empresa está passando por alguma falha na comunicação no ambiente de trabalho, não se preocupe, aqui vão algumas dicas para reverter este quadro:

⁵² Fonte: Disponível em <https://www.edools.com/comunicacao-no-ambiente-de-trabalho/> Acesso em 05.04.2018

ANEXO

A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO NO AMBIENTE DE TRABALHO

continuação

COMO IMPLEMENTAR UMA BOA COMUNICAÇÃO NO AMBIENTE DE TRABALHO?

Considerando que o processo de comunicação somente é bem-sucedido quando o receptor compreende ao interpretar a mensagem, considerar as características do público-alvo é essencial para o sucesso da mensagem. Com isso, o processo de comunicação deve ter como foco o perfil dos colaboradores da organização em questão.

1- Use o canal mais adequado

Seja por e-mail, telefone, chat interno ou rede social, você deve sempre pensar qual meio de comunicação é mais adequado para discutir determinados assuntos. Se você precisa registrar algum acontecimento, opte pelo e-mail! Se quer combinar uma “cerveja” no final da semana com os colegas de trabalho, o chat pode ser definitivamente a melhor escolha. O caminho é esse.

2- Passe feedbacks

Para o sucesso de qualquer empresa, indiferente do seu tamanho ou área de atuação, o feedback é uma ferramenta fundamental. Saber emitir uma opinião que enriqueça o trabalho de outra pessoa e saber ouvir opiniões sobre suas ações é muito importante para o desenvolvimento dos profissionais e da organização.

Quando a comunicação no ambiente de trabalho é valorizada em uma empresa, o feedback passa a fazer parte do dia a dia. Através desse diálogo construtivo, colaborador e empresa sabem o que esperar de cada um e o que oferecer.

Faz parte das atividades do líder oferecer feedbacks assertivos e constantes à equipe. Esse retorno permite corrigir falhas e melhorar processos, além de reconhecer e valorizar o trabalho bem executado por cada um deles.

3- Seja um bom ouvinte

Uma das premissas da boa comunicação é saber escutar. Saber ouvir e não só falar também é essencial para uma comunicação no ambiente de trabalho mais clara, valorizando a opinião de colaboradores e, com isso, ganhando mais respeito e atenção deles.

Evite usar palavras curtas como respostas, que passem a impressão de que você não tenha realmente compreendido a mensagem. Olhe no olho da pessoa que fala com você, mostre que você está dedicando a sua atenção para ela. Assim, você cria vínculos e passa segurança, valorizando o seu interlocutor. Com certeza, quando for a sua vez de falar, a pessoa estará mais disposta a ouvir a sua mensagem.

continua >

ANEXO

A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO NO AMBIENTE DE TRABALHO

continuação

4- Conheça o seu público

Para que haja eficiência na comunicação no ambiente de trabalho, é de fundamental importância conhecer em profundidade o público interno da empresa. É necessário um contato pessoal em que se estabeleça uma relação de confiança, que possa transmitir as suas expectativas, ansiedades e interesses entre a organização e o seu público interno.

É importante que o emissor tenha acesso aos conhecimentos do receptor sobre o assunto a ser abordado. O seu nível de linguagem e o seu grau de interesse são itens extremamente relevantes para que ocorra a sintonia entre ambos.

5- Escolha o discurso e o momento certo

A comunicação no ambiente de trabalho tem por sua vez a linguagem formal como predominância. Para que os seus argumentos tenham a credibilidade necessária, evite usar palavras informais como gírias, por exemplo.

Tenha cuidado com palavras e gestos que levem à percepções e reações negativas. Evite também usar palavras negativas no início da conversa para não fechar o canal de comunicação, antes mesmo que ela se estabeleça.

Ser direto e profissional não quer dizer que você está sendo grosseiro. O ideal é adequar o seu discurso com as melhores palavras e o tom de voz de acordo com o momento.

6- Seja direto

É preciso ser assertivo na hora de praticar a comunicação, passando suas opiniões e as informações necessárias de forma segura, clara e objetiva.

Se você deseja ter uma comunicação no ambiente de trabalho eficaz, é fundamental ser objetivo e ir direto ao ponto. Isso é válido para qualquer meio de comunicação a ser utilizado.

Sempre seja objetivo na hora de informar sobre mudanças, novos procedimentos, contratações e desligamento de profissionais da equipe. Não deixe seus profissionais à deriva.

AULA	TEMA	DOCUMENTOS OFICIAIS NO MUNDO DO TRABALHO
11	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ampliar para o grupo o conhecimento acerca de documentos utilizados por instituições públicas ou privadas ■ Provocar o grupo a identificar e usar corretamente a redação oficial no ambiente de trabalho

TEMPO	ATIVIDADE
15'	<p>INTRODUÇÃO</p> <p>Professor: antes de iniciar a aula, afixar documentos anexos pelas paredes da sala de aula.</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Perguntar aos estudantes: <ul style="list-style-type: none"> ■ Existe um modelo de comunicação no mundo do trabalho? ■ Alguém conhece algum documento que comumente podemos encontrar em um local de trabalho? ■ Aqui na escola, alguém já precisou de algum documento? Qual? ■ Convidar os estudantes a circularem pela sala e verem, fixados na parede, alguns documentos presentes no mundo laboral (ordem de serviço, ata de reunião, abaixo-assinado, declaração). ■ Perguntar: <ul style="list-style-type: none"> ■ Vocês sabem como se chamam estes documentos?
30'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Apresentar à turma o PPT “Documentos oficiais no mundo do trabalho”, que trazem o detalhamento de cada documento oficial em estudo: ordem de serviço, ata de reunião, abaixo-assinado e declaração.
5'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Lembrar aos estudantes que no ambiente de trabalho existem diversos outros documentos com finalidades próprias, tais como: protocolo, memorando, circular, convocatória, requisição, carta comercial, etc. ■ Pedir que dois voluntários façam uma breve síntese do que foi estudado na aula de hoje.

MATERIAL NECESSÁRIO

- 2 cópias de cada documento: abaixo-assinado, ata de reunião, declaração e ordem de serviço
- Projetor
- Fita crepe
- PPT: Documentos oficiais no mundo do trabalho

ORIENTAÇÕES

- Verificar a disponibilidade do professor de Língua Portuguesa para participar da próxima aula com orientações sobre como elaborar um ofício, segundo os padrões de redação oficial.



Professor, a seguir, os documentos para impressão e fixação em sala na realização da introdução:

ORDEM DE SERVIÇO

ORDEM DE SERVIÇO N° 00002				
Fone 666666666		Data da Entrada 10/06/2011 Previsão de Entrega		
Cliente	1	VENDA A CONSUMIDOR		
Endereço				
Cidade		Estado	Telefone	
Técnico/Status	Técnico: NOME DO TÉCNICO/ Status: 01 - Entrada para serviço			Retirada
Dados do Produto				
Estado do Produto no Recebimento		Acessórios Acompanhantes	Assinatura do Cliente	
Modelo KA	Marca FORD	Equipamento CARRO	Km/Outros 5000	
Ano 2011	Obs: FAZER REVISÃO PROGRAMADA			
RELAÇÃO DOS SERVIÇOS EXECUTADOS				
Código	Serviço	Valor	Quantidade	Total
	REVISÃO COMPLETA	230,00	1	230,00
			Total dos Serviços	230,00
RELAÇÃO DOS PRODUTOS/PEÇAS UTILIZADOS				
Código	Produtos/peças	Valor	Quantidade	Total
000001	TESTE DE CADASTRO	15,00	1,0	15,00
			Total dos Produtos	15,00
AUTORIZAÇÃO				
Data: ___/___/___	_____	_____		
Ass. Cliente		Ass. Recepção		
			Total Geral	245,00

ANEXO

DECLARAÇÃO

DECLARAÇÃO

Declaramos para fins de comprovação perante a UNIVERSIDADE ESTUDOS BRAVOS, Diretoria de Registros Acadêmicos, que Mariana dos Anzóis Pereira estagiou nesta empresa, no setor de Biblioteconomia, cumprindo 200 horas, com o objetivo específico de efetuar o trabalho sob o título *Catálogo de Declarações*, necessário para a obtenção do diploma de Bacharel em Administração.

Fortaleza, 11 de Abril de 2018.

Dr. Carlos Carlitos
Coordenador do Curso de Administração



ATA DE REUNIÃO

Aos treze dias do mês de outubro, digo, de novembro, de dois mil e treze, com início às nove horas, no pátio da Escola Estudo Mágico, situada na rua Rio Jordão, número duzentos e doze, Messejana-Fortaleza, realizou-se uma reunião de todos os alunos dos terceiros anos da escola, com o objetivo de preparar as festividades de conclusão do ensino médio. A reunião foi presidida pelo líder da nona série A, Maxmiller Loiola, tendo como secretária a líder do terceiro ano B, Cidinha Carvalho. Contou com a participação de oitenta e dois alunos, dos professores conselheiros das três turmas e da vice-diretora, Rose Augusto. Inicialmente, Maxmiller Loiola solicitou à vice-diretora que comunicasse as providências administrativas e o andamento legal referente ao término do ensino médio. Foi esclarecido que os alunos dos terceiros anos encerrariam o ano e fariam as recuperações juntamente com os demais alunos da escola, e que a direção pensava oferecer um coquetel no encerramento do ano letivo para alunos e professores dos terceiros anos, ocasião em que os alunos receberiam o histórico escolar. Nada mais havendo a tratar, foi lavrada a presente ata, que vai assinada por mim, Cidinha Carvalho, secretária, pelo presidente da reunião, pela vice-diretora e pelos professores e alunos presentes.





ABAIXO-ASSINADO

ABAIXO-ASSINADO

Nós, moradores, comerciantes e trabalhadores do bairro de Pinheiros e Vila Madalena, abaixo assinados, vimos por meio deste, requerer as medidas cabíveis, junto aos órgãos responsáveis - incluindo Subprefeitura de Pinheiros, Prefeitura, Governo do Estado e Ministério Público -, para o fim de garantir os nossos direitos amparados pela legislação pátria e solucionar os transtornos sofridos diariamente e aqueles causados por eventos de grande porte (Carnaval, Eventos Esportivos e Culturais), tais como o excesso de uso do espaço público, a poluição sonora, ausência de fiscalização e policiamento adequados, falta de medidas preventivas eficazes, entre outros. Buscamos, ainda, uma convivência sustentável entre os moradores, comerciantes e frequentadores.

NOME	DOCUMENTO	ASSINATURA	RUA
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
6.			
7.			
8.			
9.			
10.			
11.			
12.			
13.			
14.			
15.			
16.			
17.			
18.			
19.			
20.			

ANEXO

MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR

Professor, abaixo segue um breve relato sobre cada documento oficial trabalhado nesta aula para subsidiar seu trabalho em sala de aula, durante a apresentação dos slides:

ATA DE REUNIÃO ⁵³

Ata é um documento em que se registram resumidamente e com clareza as ocorrências, deliberações, resoluções e decisões de reuniões ou assembleias. Antigamente, o seu portador era um livro, um grande caderno, capa preta. Atualmente, elas são digitadas, impressas e arquivadas em pastas. Ou, então, apenas digitadas e arquivadas no próprio computador.

Deve ser redigida de tal maneira que não seja possível qualquer modificação posterior. Para evitar isso deve ser escrita:

- com margens dos dois lados (livro de ata) e formatadas em editor de texto que não permita alteração, como o PDF, por exemplo;
- sem parágrafos ou alíneas (ocupando todo o espaço da página);
- sem abreviaturas de palavras ou expressões;
- com números escritos por extenso;
- sem rasuras nem emendas;
- sem uso de corretivo;
- com verbo no tempo pretérito perfeito do indicativo;
- com verbo de elocução para registrar as diferentes opiniões.

Se o relator cometer um erro, deve empregar a partícula retificadora **digo**, como neste exemplo: “Aos vinte dias do mês de março, digo, de abril, de mil de dois mil e treze...”

Quando se constatar erro ou omissão depois de lavrada a ata, usa-se a expressão “em tempo”: “Em tempo: onde se lê março, leia-se abril”.

Partes da ata:

- Data, horário, local e objetivos;
- Nome do presidente da reunião e de quem a secretariou;
- Pessoas presentes. Se for um grupo pequeno, citá-las nominalmente;
- Relato da reunião propriamente dita. A parte principal do documento;
- Encerramento.

⁵³ Fonte: Texto adaptado e disponível: <http://escreverdireitoab.blogspot.com.br/2013/06/como-fazer-ata.html> Acesso em 29.08.18.

ANEXO

MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR

continuação

DECLARAÇÃO

A declaração é um documento que visa a registrar formalmente uma informação sobre uma determinada pessoa ou fato, obrigando àquele que a expede sempre expressar a verdade a respeito.

É um gênero muito utilizado no nosso dia-a-dia. Quando precisamos comprovar ou declarar algo sobre alguém ou determinado assunto, solicitamos logo uma declaração. Tanto pode ser expressa por escrito, quanto de viva voz, ou seja, oralmente. Quando por escrito, é reconhecida como documento e válida inclusive junto à Justiça.

Conforme as circunstâncias e seu objetivo, recebe diversas outras denominações: declaração de ausência, declaração de vontade, declaração de crédito, declaração de pobreza, declaração de direito, declaração de guerra, declaração de falência, declaração de interdição, declaração de nascimento, declaração de óbito, declaração de renda, declaração de princípios etc.

A declaração não pode ser expedida por um órgão público. A declaração assemelha-se a outro gênero: o atestado. Mais adiante veremos as semelhanças e diferenças entre esses dois gêneros.

Estrutura da declaração

Numa declaração, devem constar os seguintes componentes, da maneira em que aparecem dispostos abaixo:

a) Usar o verbo Declarar no presente do indicativo, na 1ª pessoa, para iniciar o texto.

Exemplos:

Declaro que o Sr. João Armando Ferraz...

Declaramos que o Sra. Irene Brasil da Fonseca...

b) Apresentar a finalidade da declaração no corpo do texto.

Exemplos:

Declaro para os devidos fins que o Sr ...

Declaro para fins escolares que ...

continua >

MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR

continuação

c) Local e data por extenso.

Exemplo:

Porto Alegre, 22 de outubro de 1998.

d) Assinatura de quem está emitindo a declaração.

Exemplo:

Sr. Mário Barcellos

ORDEM DE SERVIÇO

É um documento que registra a autorização para realização de um serviço qualquer. Comumente encontrada em empresas que prestam serviços, tais como: oficinas mecânicas, autorizadas de aparelhos eletrônicas, conserto de roupas, entre outras.

Deve conter a descrição do serviço a ser realizado e é assinada por quem está autorizando a realização do serviço. Normalmente é um formulário com indicação do nome, endereço e telefone do prestador de serviço autorizado.

Em geral, é feita em duas vias: uma para o prestador do serviço e outra para quem autoriza.

ABAIXO-ASSINADO ⁵⁴

O abaixo-assinado traz em sua essência o aspecto essencialmente argumentativo, cuja finalidade discursiva é expor posicionamentos acerca de um determinado fato.

Por tratar de assuntos de interesses coletivos, o abaixo-assinado permite que um grupo de pessoas se reúna e faça a solicitação necessária, podendo essa ser endereçada a um prefeito, ao reitor de uma universidade, ao síndico de um condomínio, entre outros. Dessa forma, trata-se de uma situação cujo contexto requer um tratamento específico, sobretudo em se tratando do padrão formal da linguagem. Assim, a estrutura atribuída a tal gênero obedece aos seguintes parâmetros:

- **Vocativo:** Trata-se de um espaço no qual deverá conter o nome do destinatário e/ou o cargo, seguido do pronome de tratamento adequado;
- **Corpo do texto:** Parte que apresenta a exposição dos argumentos propriamente ditos, acompanhados das respectivas solicitações que os justifiquem;
- **Local, data e assinatura dos solicitantes:** Junto das assinaturas é possível conter dados pessoais, tais como o documento de identidade, endereço, entre outros.

⁵⁴ Fonte: Disponível em <http://www.brasilecola.com/redacao/abaixo-assinado.htm> Acesso em 08.12.2013.

AULA	TEMA	PRODUZINDO UM DOCUMENTO OFICIAL I
12	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Estimular o grupo a conhecer e identificar o uso correto de um ofício; e a aprender os elementos que o compõem. ■ Incentivar os estudantes a estruturar corretamente um ofício, segundo as normas de redação oficial.

TEMPO	ATIVIDADE
10'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Lembrar que na aula passada foram vistos alguns documentos oficiais: ordem de serviço, declaração, abaixo-assinado e ata de reunião. ■ Dizer que no mundo do trabalho há um documento bem conhecido chamado ofício. E perguntar: alguém já conhece? Sabe para que serve? ■ Continuar provocando: vocês sabiam que nos concursos públicos, geralmente, este é o documento mais cobrado nas provas de redação?
15'	<p>DESENVOLVIMENTO 1</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Informar que a aula de hoje será diferenciada, pois haverá participação do(a) professor(a) de Língua Portuguesa, para apresentar à turma o conceito e como se faz um ofício. ■ Explicar aos estudantes que ofício é um documento comumente utilizado para emitir uma comunicação a outro setor da mesma empresa e/ou à outra instituição. E que por sua seriedade, este documento recebe uma rigorosa padronização na redação oficial, com elementos e estruturas vitais para sua validação. ■ Apresentar a estrutura do documento (anexo). ■ Observação: é interessante que o professor apresente cada elemento constitutivo do ofício na ordem, explicando sua função e padronização.
20'	<p>DESENVOLVIMENTO 2</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Solicitar que cada estudante produza uma redação oficial no modelo ofício com o seguinte assunto: "Redução no número de cópias na empresa".
5'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Recolher as produções textuais para análise e correção na próxima aula. ■ Lançar uma pergunta à turma: <ul style="list-style-type: none"> ■ Há outro documento que tem a mesma função, contudo serve para uma comunicação dentro do mesmo setor. Alguém sabe qual é? ■ Caso ninguém responda, lançar o desafio para resposta na próxima aula.

MATERIAL NECESSÁRIO

- Folhas de papel ofício
- Pincel para quadro-branco

ORIENTAÇÕES

- Estudar estrutura da redação oficial de um ofício no material em anexo;
- Confirmar previamente a participação do professor de Língua Portuguesa.

ANEXO

MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR

Professor, abaixo segue uma pequena apresentação do modelo de ofício em uma redação oficial, com sua finalidade e estrutura textual.

OFÍCIO ⁵⁵

UTILIZAÇÃO: para comunicação, mas não estritamente, entre órgãos do serviço público.

DETALHES:

- Cada ofício deve conter um único assunto.
- A numeração dos ofícios recomeça a cada ano.
- A paragrafação pode seguir o estilo americano (sem entradas de parágrafo), ou estilo tradicional.

a) TIMBRE: impresso no alto do papel.

b) NÚMERO: cerca de 3 linhas do timbre, e à esquerda da folha. Escreve-se: Ofício nº na margem esquerda, seguido do número do ofício com os algarismos do ano. Se houver mais de um órgão autorizado a emitir ofícios, coloca-se a sigla do órgão antes do número.

EXEMPLO:

PARTES DO DOCUMENTO NO PADRÃO OFÍCIO

1. Timbre: No alto da folha. Deve conter o símbolo do órgão, o nome do órgão e do setor, o endereço para correspondência, o telefone, o fax e o e-mail.

2. Tipo e número do expediente, seguido da sigla do órgão que o expede, com alinhamento à esquerda e sem ponto final.

Ofício nº 118/2013/IACE

3. Local e data em que foi assinado por extenso, com alinhamento à direita, ponto final e sem o número zero antes do dia.

Fortaleza, 13 de dezembro de 2013.

⁵⁵ Fonte: Texto adaptado de <http://redacaooficial.ufsc.br/o-padroo-oficio> Acesso em 11.04.2018

 ANEXO**MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR****continuação**

4. Destinatário: O nome e o cargo da pessoa a quem é dirigida a comunicação, com alinhamento à esquerda.

Ofício:

A Sua Excelência o Senhor

Fulano de Tal

Ministro da Educação

Endereço

5. Assunto: Resumo do teor do documento. Em negrito e com alinhamento à esquerda. Sem ponto final.

Assunto: **Produtividade do órgão na Gestão 2010-2013**

Assunto: **Necessidade de Colaboradores**

6. Texto: onde será redigido o texto do qual trata o assunto exposto, obedecendo rigorosamente a sequência abaixo:

- Introdução
- Desenvolvimento
- Conclusão

7. Fecho: 2,5 cm de distância da margem à esquerda.

Atenciosamente,

Respeitosamente,

Observação: cabe comentar com a turma que, em um ofício, há dois modelos de encerramento (atenciosamente e respeitosamente). Contudo, eles possuem contextos de uso diferentes, pois a expressão atenciosamente se usa para encerramento de ofício encaminhado entre pessoas com funções hierarquicamente iguais ou de um superior ao subordinado, enquanto que a expressão se usa quando enviamos o documento a alguém numa posição superior.

8. Assinatura do autor da comunicação e identificação do signatário: Centralizado.

(espaço para assinatura)

NOME

Reitora

AULA	TEMA	PRODUZINDO UM DOCUMENTO OFICIAL II
13	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Continuar com o grupo, a ampliação do conhecimento e do uso correto de um ofício, entendendo os elementos que o compõem ■ Incentivar os estudantes a estruturar corretamente um ofício, segundo as normas de redação oficial

TEMPO	ATIVIDADE
15'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Retomar com a turma perguntando qual a resposta da pergunta lançada na aula anterior (Há outro documento que tem a mesma função, contudo serve para uma comunicação dentro do mesmo setor. Alguém sabe qual é? – Resposta: Memorando). ■ Devolver para cada estudante o ofício produzido na aula anterior e solicitar que cada um finalize e revise sua produção. ■ Ao final do tempo, recolher as produções.
30'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Solicitar que os estudantes relembrem quais são os elementos que compõem o ofício (vistos na aula passada) e escrever no quadro. ■ Informar que agora os ofícios serão corrigidos, mas de um jeito diferente, pois será corrigido por um colega de sala. ■ Redistribuir os ofícios na turma e lembrar o cuidado que cada um deverá ter na correção do ofício do colega. Comunicar que eles não precisarão se identificar. ■ Exemplo - A professora Lorena recolheu os ofícios de Max, Joana e Rodrigo. E depois das orientações e resgate dos elementos que compõem o ofício, a professora Lorena redistribui os ofícios da seguinte maneira: Max recebe o de Joana, Joana o de Rodrigo, e Rodrigo recebe o de Max, para realizarem as correções. Depois do tempo previsto, a professora Lorena recolhe novamente os ofícios corrigidos e agora os distribui para o respectivo elaborador para verificar as pontuações e observações realizadas pelo colega de sala.
5'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Convidar alguns voluntários a compartilhar como foi o exercício de produzir uma redação oficial e o exercício de corrigir a produção.

MATERIAL NECESSÁRIO
<ul style="list-style-type: none"> ■ Canetas

ORIENTAÇÕES
<ul style="list-style-type: none"> ■ Verificar a frequência do dia e distribuir somente os ofícios produzidos pelos presentes.

AULA	TEMA	CONHECENDO, COMUNICANDO E ARGUMENTANDO
14	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Estimular a comunicação interna entre os estudantes ■ Fortalecer a percepção do grupo acerca do poder da argumentação
TEMPO	ATIVIDADE	
5'	INTRODUÇÃO <ul style="list-style-type: none"> ■ Iniciar perguntando para a turma se eles conhecem bem as características que marcam seus colegas de sala, já que convivem quase que diariamente com eles. ■ Aguardar as manifestações e, em seguida, gerar um clima de dúvida dizendo: "Será que conhecem mesmo?" Propor então a próxima atividade. 	
30'	DESENVOLVIMENTO <p>Atividade: Bingo</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Distribuir uma cartela do bingo para cada estudante (anexo). Pedir para que procurem entre eles, colegas para responder às questões, identificando e anotando aqueles que correspondem à característica citada no quadrado. (Na cartela do bingo não pode repetir o estudante que já foi encontrado). ■ O jogo termina assim que o primeiro estudante concluir todos os quadrados com os nomes dos participantes e gritar a palavra "BINGO". ■ Pegar a cartela do estudante que terminou primeiro, pedir que todos sentem para conferir se os espaços do bingo foram preenchidos e se não há nenhum nome repetido. ■ Após esse momento, chamar os estudantes (um de cada vez) que foram mencionados nas questões do bingo para que argumentem, expliquem, porquê afirmaram possuir aquela característica. Ex: se tiver o nome do João no espaço "Você se preocupa com o que comunica nas redes sociais?", ele deve argumentar, preferencialmente exemplificando com situações do dia a dia, procurando convencer o grupo de que de fato possui essa característica. ■ Após todos os estudantes falarem, perguntar para o grupo: <ul style="list-style-type: none"> ■ O que mais gostaram na vivência? ■ Quais as principais dificuldades encontradas? ■ Será que no mundo do trabalho teremos dificuldades em nos comunicar com os outros? ■ Para os estudantes que argumentaram, como foi esse momento? ■ Dizer que já estudaram sobre comunicação e sabem da importância dessa ferramenta para o mundo do trabalho. Lembrar que a argumentação faz parte dela. Argumentar é a capacidade de relacionar fatos, opiniões para explicar um pensamento ou ideia com o objetivo de convencer, persuadir, levar os ouvintes a acreditarem no que está falando. 	
15'	ENCERRAMENTO <ul style="list-style-type: none"> ■ Propor uma leitura dialogada do texto: "O poder da argumentação" (anexo). Depois, como forma de celebrar os aprendizados sobre a temática de comunicação, pedir que circulem pela sala livremente se comunicando com os colegas através da fala, gestos, música e dança, ao som da música "Argumento" de Paulinho da Viola.⁵⁶ (Se possível, projetar a letra da música). 	

MATERIAL NECESSÁRIO

- Cartelas do bingo
- Texto: "O poder da Argumentação"
- Sugestão de Música: Argumento de Paulinho da Viola Link: <https://www.youtube.com/watch?v=T1gB9Dwn7Ek>

⁵⁶ Paulinho da Viola (1942) é um cantor, compositor e violonista brasileiro, um dos mais importantes representantes do samba e da Música Popular Brasileira. Fonte: https://www.ebiografia.com/paulinho_da_viola/ Acesso em 12.04.2018

B	I	N	G	0
<p>Você se sente pronto para ser um vencedor?</p>	<p>Você se preocupa com o que comunica nas redes sociais?</p>	<p>Você se considera uma pessoa criativa?</p>	<p>Você já vendeu algum objeto pessoal usado?</p>	<p>Você já falou em público esse mês?</p>
<p>Você se considera uma pessoa gentil?</p>	<p>Você sabe convencer as pessoas daquilo que você acredita?</p>	<p>Você se considera um líder?</p>	<p>Você já recebeu um prêmio ou elogio em público?</p>	<p>Você já elogiou pelo menos um colega esse mês?</p>
<p>Você gosta de ler para melhorar sua comunicação?</p>	<p>Você sabe como podemos utilizar a comunicação no mundo do trabalho?</p>	<p>Você sabe expor suas ideias de forma clara e objetiva?</p>	<p>Você procura sempre pensar positivo, independentemente da situação?</p>	<p>Alguém já disse que você sabe se comunicar bem?</p>

ANEXO

O PODER DA ARGUMENTAÇÃO ⁵⁷



Convencer é levar uma pessoa a pensar como você.

Persuadir é levar alguém a aceitar algo como verdade, fazer esse alguém agir de acordo com sua vontade.

Em um mundo dominado por um novo mercado, um novo consumidor e uma nova política organizacional, é preciso antes de qualquer coisa saber argumentar. O novo consumidor não é mais facilmente persuadido ou convencido por uma simples propaganda, é preciso que se apresentem argumentos. Ele contesta, discute e procura informações, e não mais as aceita como verdade absoluta.

O novo consumidor é mais conectado ao mundo, mais dinâmico e participativo.

Por esses motivos é que o profissional de hoje deve valorizar a capacidade de argumentação, ou seja, a capacidade de convencer e persuadir usando-se de argumentos. Apesar de essa ser uma característica exigida em todas as áreas do conhecimento, para o profissional de comunicação ela é muito mais relevante.

O processo de argumentação nos propicia a oportunidade de motivar pessoas, de vender ideias e produtos, de fechar negócios ou simplesmente melhorar o relacionamento pessoal. Por trás disso se encontra o sucesso de uma organização, que deve enxergar que o caminho mais fácil para obtê-lo é utilizar-se da comunicação e de profissionais qualificados que saibam expor a realidade organizacional de forma a conquistar seus públicos.

A arte de argumentar é capaz de abrir fronteiras, conquistar a credibilidade do consumidor e fortalecer uma marca. É preciso ser transparente e honesto, para que não se confunda argumentação e manipulação, mas o mais importante é saber ouvir e interpretar, de forma a perceber as necessidades e anseios dos públicos ligados à sua organização.

⁵⁷ Fonte: <https://informecorporativo.wordpress.com/2009/05/09/o-poder-da-argumentacao/> Acesso em 12.04.2018

continua >

O PODER DA ARGUMENTAÇÃO

continuação

LETRA DA MÚSICA

ARGUMENTO⁵⁸

Paulinho da Viola

Tá legal!

Tá legal, eu aceito o argumento

Mas não me altere o samba tanto assim

Olha que a rapaziada está sentindo a falta

De um cavaco, de um pandeiro ou de um tamborim

Sem preconceito ou mania de passado

Sem querer ficar do lado de quem não quer navegar

Faça como um velho marinheiro

Que durante o nevoeiro

Leva o barco devagar

⁵⁸ Fonte: <https://www.lettras.mus.br/paulinho-da-viola/48050/> Acesso em 12.04.2018

AULA	TEMA	MARKETING PESSOAL
15	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Apresentar e ampliar com o grupo o conceito de Marketing Pessoal ■ Possibilitar que os estudantes reflitam sobre quanto desenvolvido está seu Marketing Pessoal
TEMPO	ATIVIDADE	
10'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Relembrar com a turma o tema que vem sendo discutido nas últimas aulas: Comunicação. Dizer que hoje darão continuidade a este assunto, só que por um aspecto diferente. <p>Atividade: “10 mandamentos do Marketing Pessoal”</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Entregar para cada estudante um conjunto com 10 tarjetas (anexo). Cada tarjeta contém uma característica. Todos também devem receber um envelope ou saco que deve ser colocado em suas costas (colado com fita gomada ou pendurado com um barbante). ■ Em seguida, soltar uma música animada e pedir para que os alunos circulem na sala, colocando cada tarjeta no envelope do colega que possui determinada característica, sem que o colega veja qual é. ■ Depois que todos distribuírem suas tarjetas, pedir que voltem para seus lugares, ainda sem olhar as tarjetas que foram colocadas no seu envelope. ■ Questionar: foi fácil identificar os colegas que possuem estas características? ■ Pedir que ainda não retirem os envelopes. 	
25'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Perguntar para a turma: <ul style="list-style-type: none"> ■ Alguém sabe dizer o que é Marketing? (Esperar que mencionem algo relacionado ao marketing empresarial). ■ E “Marketing Pessoal”, vocês já ouviram falar? Alguém sabe dizer o que significa? ■ Estimular uma chuva de ideias. ■ Convidar a turma para ver a mídia: “Fantástico Marketing Pessoal”, com Max Gehringer. Pedir para que fiquem bem atentos aos 10 mandamentos do Marketing Pessoal, porque em seguida discutirão sobre eles. ■ Após a exibição da mídia, perguntar: o que mais chamou atenção de vocês? Vocês conseguiram identificar os 10 mandamentos? Quais são eles? Conforme os estudantes forem citando, anotar no quadro e discutir com a turma o significado de cada um deles: <ol style="list-style-type: none"> 1. Liderança 2. Confiança 3. Visão 4. Espírito de equipe 5. Maturidade 6. Integridade 7. Visibilidade 8. Empatia 9. Otimismo 10. Paciência ■ Em seguida, solicitar que cada estudante abra seu envelope (utilizado na atividade anterior) e veja quais destas características os colegas mais associaram a ele. ■ Indagar: vocês concordam com estas características? Alguma surpreendeu? Por quê? Pedir que voluntários comentem. ■ Refletir que mesmo não intencionalmente, nós nos comunicamos com as pessoas, passando mensagens através de nosso comportamento, postura, atitudes e até da nossa imagem. É muito importante ficarmos atentos para não comunicarmos algo diferente do que gostaríamos. Destacar que isto também vale para as redes sociais. Questionar: percebem que tudo o que postamos é diretamente associado à percepção que as pessoas têm de nós? Reforçar que as empresas estão sempre de olho. 	

continua >

AULA	TEMA	MARKETING PESSOAL
15	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Apresentar e ampliar com o grupo o conceito de Marketing Pessoal ■ Possibilitar que os estudantes reflitam sobre quão desenvolvido está seu Marketing Pessoal

continuação

TEMPO	ATIVIDADE
15'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Aplicar com a turma o Questionário “Conhecendo seu Marketing Pessoal” (anexo) ■ Depois de 7 minutos, ou quando perceber que todos concluíram, entregar a folha de gabarito e resultado (se achar melhor, pode projetar). ■ Concluir pedindo que voluntários comentem os resultados obtidos no questionário.

MATERIAL NECESSÁRIO

- Tarjetas com características: um bloco para cada estudante
- Envelopes ou sacos
- Música alegre
- Mídia: Fantástico Marketing Pessoal (<https://www.youtube.com/watch?v=uM8xEcX4Fv4>)
- Questionário “**Conhecendo seu Marketing Pessoal**”
- Gabarito e Resultado do Questionário

ORIENTAÇÕES

- Providenciar computador, data show e som para a exibição da mídia.

ANEXO

LIDERANÇA	LIDERANÇA	LIDERANÇA
CONFIANÇA	CONFIANÇA	CONFIANÇA
VISÃO	VISÃO	VISÃO
ESPÍRITO DE EQUIPE	ESPÍRITO DE EQUIPE	ESPÍRITO DE EQUIPE
MATURIDADE	MATURIDADE	MATURIDADE
INTEGRIDADE	INTEGRIDADE	INTEGRIDADE
VISIBILIDADE	VISIBILIDADE	VISIBILIDADE
EMPATIA	EMPATIA	EMPATIA
OTIMISMO	OTIMISMO	OTIMISMO
PACIÊNCIA	PACIÊNCIA	PACIÊNCIA

ANEXO

CONHECENDO SEU MARKETING PESSOAL ⁵⁹

Responda o questionário e descubra se você sabe usar o marketing pessoal para obter sucesso profissional. O questionário, elaborado com exclusividade para o site do Fantástico, foi baseado no livro “A magia dos grandes negociadores”, de Carlos Alberto Júlio, especialista em marketing. Lembramos que o questionário a seguir foi previamente adaptado.

VECTOR3D/SHUTTERSTOCK



⁵⁹ Fonte: <http://fantastico.globo.com/Jornalismo/FANT/0,,MUL691980-15605,00.html>. Acesso em 22.11.2012

 ANEXO

CONHECENDO SEU MARKETING PESSOAL

continuação

1) Você gosta de se divertir e investe em sua qualidade de vida?

- () Nunca
- () Às vezes
- () Frequentemente
- () Sempre

2) Você é uma pessoa aberta a mudanças, flexível, de bem com as novidades?

- () Nunca
- () Às vezes
- () Frequentemente
- () Sempre

3) Você trata bem as pessoas e lhes dá atenção?

- () Nunca
- () Às vezes
- () Frequentemente
- () Sempre

4) Você tem assunto para conversar com as mais diferentes pessoas?

- () Nunca
- () Às vezes
- () Frequentemente
- () Sempre

5) Você espera que todos pensem como você, ajam como você, sejam iguais a você?

- () Nunca
- () Às vezes
- () Frequentemente
- () Sempre

6) Você enxerga as pessoas como elas realmente são?

- () Nunca
- () Às vezes
- () Frequentemente
- () Sempre

continua >

 **ANEXO****CONHECENDO SEU MARKETING PESSOAL****continuação****7) Você trata os outros como eles gostariam de ser tratados?**

- () Nunca
- () Às vezes
- () Frequentemente
- () Sempre

8) Você sabe dar todas as informações às dúvidas dos outros? Ou seja, você mostra que está preparado para responder a todas as perguntas que lhe são feitas?

- () Nunca
- () Às vezes
- () Frequentemente
- () Sempre

9) Você se acha apaixonado pelo que faz e entusiasma as pessoas?

- () Nunca
- () Às vezes
- () Frequentemente
- () Sempre

10) Você é rápido para resolver as coisas?

- () Nunca
- () Às vezes
- () Frequentemente
- () Sempre

11) Você é do tipo que toma iniciativa? Você tem a fama de ser uma pessoa que realmente faz o que decidiu fazer?

- () Nunca
- () Às vezes
- () Frequentemente
- () Sempre

12) Você é uma pessoa feliz, satisfeita com o que já tem de bom em sua vida?

- () Nunca
- () Às vezes
- () Frequentemente
- () Sempre

continua >

ANEXO

CONHECENDO SEU MARKETING PESSOAL

continuação

GABARITO E RESULTADO DO QUESTIONÁRIO

Atribua 1 ponto para a resposta "Nunca", 2 pontos para "Às vezes", 3 pontos para "Frequentemente" e 4 pontos para "Sempre". Some tudo e veja em que faixa se encontra sua pontuação.

Este questionário funciona apenas como um termômetro de como anda seu marketing pessoal. Qualquer que seja seu resultado, lembre-se de que sempre há muito espaço para melhorar.

12 a 24 pontos:

Você sente grande dificuldade em mostrar-se aos outros, talvez por baixo autoconhecimento e baixa autoestima. É urgente investir mais tempo e até dinheiro - quando for o caso - em si mesmo. Você primeiro precisa vender-se a si mesmo para, depois, as pessoas enxergarem seu valor!

25 a 36 pontos:

Pode-se afirmar que você não é do tipo que passa em branco em um grupo de pessoas. Os outros notam sua presença e sentem-se bem em conviver com você. Mas talvez elas possam prestar muito mais atenção a suas qualidades. Há muito terreno para melhorar.

37 a 48 pontos:

Parabéns, você já sabe vender seu peixe - ou melhor, você mesmo - muito bem! A ordem, então, é não se acomodar. Cada pessoa nova deve poder ver suas qualidades. E não vale ter preguiça de se mostrar para as pessoas que você conhece de longa data. O empenho precisa ser contínuo!

AULA	TEMA	MARKETING EMPRESARIAL
16	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Discutir com a turma como funciona o processo de elaboração de uma campanha de publicitária, a partir de um estudo de caso ■ Inspirar a turma para a elaboração de campanhas publicitárias para as suas empresas fictícias
TEMPO	ATIVIDADE	
10'	INTRODUÇÃO <ul style="list-style-type: none"> ■ Iniciar perguntando à turma se eles lembram do assunto da aula passada (esperar que falem sobre Marketing Pessoal). Solicitar que voluntários citem os principais pontos que eles recordam. ■ Destacar que hoje irão ampliar este conceito para o ambiente empresarial. Perguntar: <ul style="list-style-type: none"> ■ O que vem à cabeça de vocês quando falamos em Marketing Empresarial? Estimular uma chuva de ideias. ■ Na mídia que vimos na aula passada, o Max Gehringer falou sobre o conceito de Marketing. Alguém lembra? (Conjunto de ferramentas que uma empresa usa para fazer com que seus produtos sejam conhecidos, apreciados e comprados). ■ Comentar com o grupo que este conceito vai muito além da propaganda da empresa. Está relacionado com o produto ou serviço que é oferecido ao mercado, o seu preço, a sua distribuição e a sua divulgação. De todo modo a propaganda é um recurso valioso, dentro deste universo, para que este produto ou serviço seja conhecido pelo seu público alvo. 	
30'	DESENVOLVIMENTO <ul style="list-style-type: none"> ■ Solicitar que todos pensem em uma marca de refrigerante e que memorizem aquela que primeiro vem às suas cabeças, sem escolher. Falar que, quando disser "já", todos devem falar em voz alta a marca na qual pensaram. Reforçar que não devem falar o nome da marca favorita, mas sim aquela da qual lembraram primeiro. ■ Após alguns segundos, dizer "já" e ficar atento à quantidade de estudantes que mencionarão a marca "Coca-Cola". Espera-se que seja a maioria. Comentar: <ul style="list-style-type: none"> ■ Percebam que a maioria citou a mesma marca, já pararam para pensar o porquê disso? ■ Será que é porque todo mundo tem o gosto parecido e prefere esse refrigerante? ■ Que ações esta empresa vem realizando para ser sempre lembrada pelos consumidores? ■ Reforçar que é sobre esta empresa e suas ações estratégicas de marketing que tratarão hoje. ■ Fazer uma leitura paragrafada do texto "Comunicação Integrada de Marketing: conheça a área que leva a magia e criatividade das campanhas da Coca-Cola Brasil aos consumidores" (anexo). ■ Depois de concluída a leitura, pedir para que discutam em duplas sobre o que mais chamou atenção. Passados alguns minutos, pedir que ampliem a discussão para quartetos. Dar mais alguns minutos para discussão. ■ Juntar 2 quartetos, formando equipes de 8 integrantes (aproximadamente) e solicitar que compartilhem, entre si, campanhas publicitárias que tenham chamado a atenção deles (podem ser propagandas de televisão, rádio, redes sociais, outdoor, etc.) e comentem o porquê. ■ Em seguida, cada equipe escolhe uma campanha para compartilhar com todo o grupo, destacando o porquê dela ter sido escolhida. ■ Reforçar que o marketing empresarial vai muito além da propaganda em si, como dito anteriormente, mas é pela propaganda/ campanhas publicitárias que a empresa consegue se comunicar com o seu público alvo de forma efetiva. 	
10'	ENCERRAMENTO <ul style="list-style-type: none"> ■ Exibir 3 mídias curtas sobre campanhas da Coca-Cola (material de suporte). Em seguida, pedir que voluntários comentem qual delas achou mais interessante e por quê. ■ Informar que esta aula teve como objetivo inspirá-los para pensarem, na próxima aula, quais campanhas utilizarão em suas empresas. 	

MATERIAL NECESSÁRIO

- Texto: "Comunicação Integrada de Marketing: conheça a área que leva magia e criatividade das campanhas da Coca-Cola Brasil aos consumidores".
- Mídias:
 - <https://www.youtube.com/watch?v=GafZOPefupw&t=3s>
 - <https://www.youtube.com/watch?v=mc6d5Jj7i7g>
 - <https://www.youtube.com/watch?v=6rfx1i3wK3k>

ORIENTAÇÕES

- Providenciar computador, data show e som para a exibição das mídias.

ANEXO

COMUNICAÇÃO INTEGRADA DE MARKETING: CONHEÇA A ÁREA QUE LEVA A MAGIA E CRIATIVIDADE DAS CAMPANHAS DA COCA-COLA BRASIL AOS CONSUMIDORES ⁶⁰

Trabalhar com comunicação em uma empresa com o porte da Coca-Cola Brasil envolve muita pesquisa, números e planilhas, além de, é claro, criatividade. Afinal, cabe aos profissionais dessa área traduzir os objetivos de negócios da companhia para ações que vão chegar às pessoas em suas casas, nas ruas, nas redes sociais, nos mercados, nos cinemas etc. Já assistiu ao comercial em que um mágico transforma as latas de Coca-Cola sabor original nas versões zero açúcar e com stevia e 50% menos açúcares? Ou viu a imagem que mostra, em forma de leque, as novas embalagens em algum cartaz no ponto de ônibus? Na Coca-Cola Brasil, é a área batizada “Comunicação Integrada de Marketing” (no inglês, Integrated Marketing Communications ou IMC) que cuida de cada detalhe do conteúdo publicitário de campanhas como essa, da Estratégia de Marca Única, em um trabalho alinhado com o Marketing e outras áreas da empresa.

“Nosso dia a dia em Comunicação é buscar a excelência criativa no conteúdo que a gente produz e entregá-lo da melhor maneira possível ao consumidor, no melhor formato de mídia, através dos meios que já estão na rotina das pessoas. Cumprimos essa missão contando histórias que se conectam e, muitas vezes, emocionam nosso público-alvo. É por meio dessa identificação que passamos a mensagem da marca”, explica Patrícia Pieranti, gerente sênior de Comunicação da marca Coca-Cola.

No plano da Estratégia de Marca Única, lançado em janeiro, Patrícia e equipe tinham a tarefa de adaptar para o Brasil um novo posicionamento global da Coca-Cola, já em vigor em outros 14 países. A partir de agora, as três versões do refrigerante mais famoso do mundo — sabor original, zero açúcar e com stevia e 50% menos açúcares — passam a ser apresentadas ao consumidor como sub-marcas da icônica Coca-Cola, e não mais como marcas independentes. Agora há apenas uma grande marca, a Coca-Cola, com suas três variantes. Além disso, os produtos recebem um incremento de cerca de 50% na distribuição em todo o Brasil e a Coca-Cola Zero ganha um novo sabor, passando a chamar-se Coca-Cola zero açúcar. “Nosso desafio era muito bacana, de conseguir fazer com que os brasileiros também se identificassem com esse posicionamento global. Então utilizamos o que está dando certo lá fora, mas entendendo a realidade dos nossos consumidores. Isso vai desde o cuidado ao traduzir o filme do mágico até criar novos conteúdos em formatos interativos nas redes sociais, por exemplo”, conta a publicitária.

⁶⁰ Fonte: <https://www.cocacolabrazil.com.br/historias/comunicacao-integrada-de-marketing-conheca-a-area-que-leva-a-magia-das-campanhas-da-coca-cola-brasil-aos-consumidores/> Acesso em 17.04.2018

continua >

 **ANEXO**

COMUNICAÇÃO INTEGRADA DE MARKETING: CONHEÇA A ÁREA QUE LEVA A MAGIA E CRIATIVIDADE DAS CAMPANHAS DA COCA-COLA BRASIL AOS CONSUMIDORES

continuação

Com o material pronto, basta adaptá-lo, certo? Não é simples assim. Entender esse consumidor e fazer o conteúdo chegar de maneira efetiva até ele requer um trabalho minucioso, que começa com um estudo profundo sobre o público-alvo, feito em parceria com as agências de publicidade que atendem a Coca-Cola Brasil. Gerente de Conexões na área de IMC, Keila Marconi resume o processo: “O que esse público gosta de fazer? Quais são suas paixões? O que o motiva a curtir algo e se engajar nas redes sociais? Partindo de um estudo comportamental bem completo, a gente conversa com os veículos de comunicação, vê quais programas estão na grade, se precisamos pensar em algum projeto customizado, por exemplo. Depois, vamos para a parte financeira, avaliamos e negociamos valores. Após todo esse processo, com tudo na rua, tem outra etapa chamada de pós-venda, em que fazemos uma análise do que foi feito e tentamos extrair o máximo de aprendizados para campanhas futuras”.

Comercial e conteúdos interativos em programas de televisão, imagens com o leque das latas nos mobiliários urbanos, postagens nas redes sociais... Para acompanhar o desempenho de tantas ações da campanha de Marca Única, uma equipe monitora os resultados em tempo real. “Vamos entendendo os conteúdos e formatos que estão funcionando e fazendo ajustes finos no plano de Comunicação Integrada de Marketing, sempre com a intenção de otimizar os investimentos e obter a melhor performance possível”, informa Patrícia.

AULA	TEMA	DOSSIÊ 5 - PROPAGANDA, A ALMA DO NEGÓCIO
17	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> Retomar com a turma a construção do dossiê, agregando aspectos relacionados ao marketing de suas empresas fictícias (logomarca, <i>slogan</i> e propaganda)
TEMPO	ATIVIDADE	
15'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> Iniciar exibindo a mídia: "As 11 melhores campanhas publicitárias" (material de suporte). Em seguida, perguntar à turma: o que estas propagandas têm em comum? Depois de ouvir as colocações dos estudantes, reforçar que a criatividade e a inovação são elementos fundamentais para que as campanhas publicitárias das empresas não só chamem a atenção dos clientes, mas também ganhem a sua simpatia e interesse pela marca. Informar que, como dito na aula anterior, o objetivo desta aula é desafiar as equipes a elaborarem alguns componentes importantes do marketing de suas empresas, para agregarem aos dossiês. <p>Perguntar:</p> <ul style="list-style-type: none"> Alguém sabe dizer o que é uma logomarca? (representação visual de uma marca). E um <i>slogan</i>? (expressão concisa, fácil de lembrar, utilizada em campanhas de publicidade, para lançar um produto, marca etc./ bordão). Lembram da logomarca da Coca-Cola? E do <i>slogan</i>, que vimos na aula anterior? ("abra a felicidade", mas hoje estão utilizando: "sinta o sabor"). 	
30'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> Entregar o dossiê às equipes para que resgatem os elementos já desenvolvidos da empresa e que servirão de subsídio para a atividade de hoje. Distribuir o instrumental "Campanha Publicitária" (anexo) e informar que as equipes deverão pensar na logomarca, no <i>slogan</i> e em uma breve propaganda (ex: televisão, rádio, jornal, <i>site</i>, <i>outdoor</i>, <i>youtube</i>, redes sociais, etc) para suas empresas. Informar que as equipes terão 30 minutos para esta atividade. As equipes podem se dividir para agilizar as produções, mas devem realizar um alinhamento com todos os integrantes ao final. Circular entre as equipes acompanhando as produções e dando devolutivas. 	
5'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> Solicitar que as equipes guardem as produções nos dossiês e informar que na próxima aula, irão preparar as apresentações dos dossiês 3, 4 e 5, que irão acontecer na aula seguinte. 	

MATERIAL NECESSÁRIO

- Mídia: "As 11 melhores campanhas publicitárias" (<https://www.youtube.com/watch?v=Xd0e2W6BUe8>)
- Instrumental "Campanha Publicitária" (anexo)
- Cartolinas, canetinha, pincéis atômicos, fita gomada, lápis de cor, etc.

ORIENTAÇÕES

- Verificar com as equipes se precisarão utilizar o laboratório na próxima aula (caso queiram elaborar slides, vídeos, áudios, etc)
- Caso seja necessário, reservar o laboratório para a próxima aula



CAMPANHA PUBLICITÁRIA

EMPRESA: _____

INTEGRANTES: _____

LOGOMARCA (representação visual da marca). Reproduzir também em cartaz:

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for drawing or pasting the visual representation of the brand's logo.

SLOGAN (expressão concisa, fácil de lembrar, utilizada em campanhas de publicidade, para lançar um produto, marca etc./ bordão):

PROPAGANDA (ex: televisão, rádio, jornal, site, outdoor, youtube, redes sociais, etc). Escolher um tipo de propaganda, elaborar uma apresentação de acordo com o tipo escolhido. Ex: vídeo (televisão/ youtube), áudio (rádio), cartaz (jornal/ site/ outdoor/ redes sociais).

Descrever abaixo as ideias centrais da campanha e sua justificativa:

AULA	TEMA	PREPARAÇÃO PARA AS APRESENTAÇÕES DAS EMPRESAS
18	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Transformar o conteúdo do Dossiê construído durante o bimestre em uma apresentação “viva” das empresas criadas

TEMPO	ATIVIDADE
10'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Informar aos estudantes que a aula de hoje será destinada à preparação das equipes para apresentação do dossiê, construído por eles durante o bimestre. ■ Lembrar dos passos que já caminharam na criação da empresa, parabenizá-los pelos avanços e reforçar o compromisso que devem ter em apresentar, de forma clara, objetiva e criativa, o que construíram. ■ Comentar: Algumas pessoas falam que “Sorte é resultado de muito trabalho, esforço e dedicação”, então muita sorte a todos e mãos à obra!”
30'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Entregar o Dossiê para cada equipe e reforçar que a apresentação deve ser focada nos seguintes pontos: <ul style="list-style-type: none"> ■ Dossiê 3: determinação dos cargos e elaboração do organograma; ■ Dossiê 4: desenvolvendo a política de qualidade ■ Dossiê 5: marketing da empresa ■ Lembrar que, assim como aconteceu na Culminância 1, a forma de apresentação na Culminância 2 é livre. Podem ser usados: slides, cartolinas, vídeo, etc. Reforçar que não é interessante que a apresentação seja apenas oral. Quanto mais vida e forma for dado ao empreendimento, maior será o impacto para os expectadores. ■ O tempo destinado às apresentações deve ser dividido pela quantidade de equipes. Informar quanto tempo as equipes terão para apresentar. ■ Verificar como as equipes estão se organizando, e dar o suporte necessário para que possam estar prontas para fazer a apresentação na próxima aula.

MATERIAL NECESSÁRIO

- Dossiê das equipes
- Cartolinas
- Pincéis, Lápis, borracha,
- Cola, fita adesiva
- Revista
- Outros materiais que considerar necessário para as apresentações

ORIENTAÇÕES

- Reservar com antecedência o laboratório, caixa de som, projetor (se necessário) e outros materiais que as equipes irão utilizar no dia da Apresentação – Culminância 2.
- Convidar previamente algum representante no núcleo gestor para prestigiar as apresentações.

AULA	TEMA	CULMINÂNCIA 2 – APRESENTAÇÃO DOS DOSSIÊS 3, 4, 5
19	OBJETIVO	■ Gerar um espaço acolhedor e confiante para que os grupos possam compartilhar as produções realizadas

TEMPO	ATIVIDADE
10'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Fazer uma breve sensibilização com os estudantes buscando tranquilizá-los para a apresentação. Lembrar a frase dita na aula passada: <ul style="list-style-type: none"> ■ “Sorte é resultado de muito trabalho, esforço e dedicação” e reforçar que hoje, irão colher os frutos. ■ Caso alguém do núcleo gestor compareça, fazer a menção, agradecer a disponibilidade em prestigiar e contribuir ainda mais para os aprendizados dos estudantes.
30'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Apresentação das empresas: Dossiê 3,4,5 ■ Fazer as devidas anotações para fundamentar as devolutivas, que acontecerão na aula seguinte.
10'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Finalizar parabenizando as equipes pelos trabalhos apresentados e reforçar que na próxima aula serão dadas devolutivas mais específicas sobre as apresentações. ■ Agradecer novamente a presença do núcleo gestor e convidar para uma palavra de incentivo aos estudantes, encorajando-os a seguirem em frente e aperfeiçoarem sempre mais.

MATERIAL NECESSÁRIO
■ Verificar com as equipes o material necessário (laboratório, caixa de som, projetor, outros).

AULA	TEMA	DEVOLUTIVAS SOBRE AS APRESENTAÇÕES E EXERCÍCIOS LÓGICOS II
20	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Realizar a devolutiva das apresentações da aula passada ■ Trabalhar o exercício lógico matemático como ferramenta para solucionar problemas/situações

TEMPO	ATIVIDADE
20'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Parabenizar a turma pelo empenho, dedicação e pelo exposto nas apresentações. ■ Abrir espaço para que os estudantes compartilhem como foi a experiência de realizar mais essa etapa, falar sobre as dificuldades e sobre os possíveis avanços. ■ Realizar a devolutiva da apresentação dos Dossiês 3, 4 e 5, levando em consideração os seguintes pontos: <ul style="list-style-type: none"> ■ Postura ■ Entonação de voz ■ Trabalho em equipe ■ Domínio do conteúdo ■ Material criado para apresentação ■ Destaques ■ Pontos que precisam evoluir
15'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <p>Atividade: Balões Matemáticos</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Dividir a turma em equipes de 5 estudantes e solicitar que cada equipe eleja um representante. ■ Convidar os representantes para irem ao centro da sala. ■ Jogar balões para cima, contendo desafios lógico-matemáticos (anexo). Obs: são os mesmos desafios em todos os balões, só que eles não sabem. ■ Cada representante pega um balão, estoura e volta à sua equipe para responder as questões em 15min. ■ Colocar pressão com relação ao tempo para ver como eles se comportam em um ambiente tenso. ■ Ao esgotar o tempo, pedir que as equipes parem de responder e entreguem suas respostas para conferência. ■ Conferir as respostas de cada equipe fazendo as devidas pontuações (1 ponto por questão). <p>ATENÇÃO: o gabarito da atividade se encontra no material de suporte.</p>
15'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Resolver de forma dialogada as questões com os estudantes. Caso o tempo esteja apertado, resolver apenas as questões que os estudantes tiveram mais dificuldade. ■ Em seguida, comunicar o resultado da equipe que mais acertou (se for possível, premiar a equipe vencedora).

MATERIAL NECESSÁRIO

- Balões
- Cópias das questões para inserir nos balões
- Pincel para quadro branco
- Folhas de papel A4

MATERIAL DE SUPORTE DO PROFESSOR**ATIVIDADE: BALÕES MATEMÁTICOS**

1 - Paulo tinha 13 figurinhas do Dragon Ball Z. Luiz lhe deu mais 17 e Claudio lhe deu mais 43. Paulo recebeu várias figurinhas, mas percebeu que algumas delas eram repetidas. Paulo contou que tinha recebido 3 figuras repetidas de Luiz e 17 repetidas de Claudio. Quantas figuras sem repetições Paulo ficou?

2 - Ao receber o meu salário paguei R\$ 347,12 de aluguel, R\$ 68,14 de impostos trabalhistas. R\$ 287,99 de gastos com alimentação. Água e luz R\$ 193,20 e outros gastos no total de R\$ 213,32. Ainda me sobraram R\$ 340,18. Quanto recebi de salário?

3 - Um menino estuda 2 horas e 45 minutos pela manhã e 4 horas e 30 minutos à tarde. Quantos minutos o menino estuda diariamente?

4 - Um automóvel percorreu 435 quilômetros de uma rodovia. Ele ainda deverá percorrer 298 quilômetros até chegar ao seu destino. Quantos quilômetros da estrada vai percorrer para chegar ao destino?

5 - Uma empresa produziu no primeiro trimestre 6905 peças. No segundo trimestre, a mesma empresa produziu 795 peças a mais que no primeiro trimestre. Nessas condições:

a) Quantas peças a empresa produziu no segundo trimestre?

b) Quantas peças a empresa produziu no semestre?

6 - Dom Pedro II, imperador do Brasil, faleceu em 1891 com 66 anos de idade. Em que ano ele nasceu?

7 - Um avião Boeing 747 pode transportar 370 passageiros e um avião DC-10 pode transportar 285 passageiros. Quantos passageiros o Boeing 747 pode transportar a mais que o DC10?

8 - À vista um automóvel básico custa R\$ 26.454,00. Decidi acrescentar mais alguns acessórios: ar condicionado R\$ 3.200,00, trava e alarme R\$380,00, vidros elétricos R\$ 590,00 e direção hidráulica 2.500,00. A prazo o mesmo automóvel custa R\$ 39.392,00. A diferença entre o preço cobrado é chamada de juros. Qual é a quantia que pagará de juros?

ANEXO

MATERIAL DE SUPORTE DO PROFESSOR

ATIVIDADE: BALÕES MATEMÁTICOS

GABARITO

1 - Paulo tinha 13 figurinhas do Dragon Ball Z. Luiz lhe deu mais 17 e Claudio lhe deu mais 43. Paulo recebeu várias figurinhas, mas percebeu que algumas delas eram repetidas. Paulo contou que tinha recebido 3 figuras repetidas de Luiz e 17 repetidas de Claudio. Quantas figuras sem repetições Paulo ficou?

13	Tirando as repetidas:	73	-21,97
+ 17		- 13	- 2,50
+ 43		- 17	- 3,50
73 (figuras)		53 figuras sem repetições	3,56 de troco

2 - Ao receber o meu salário paguei R\$ 347,12 de aluguel, R\$ 68,14 de impostos trabalhistas. R\$ 287,99 de gastos com alimentação. Água e luz R\$ 193,20 e outros gasto no total de R\$ 213,32. Ainda me sobraram R\$ 340,18. Quanto recebi de salário?

$$\begin{array}{r}
 347,12 \\
 + 68,14 \\
 + 287,99 \\
 + 193,20 \\
 + 213,32 \\
 + 340,18 \\
 \hline
 1449,95
 \end{array}$$

3 - Um menino estuda 2 horas e 45 minutos pela manhã e 4 horas e 30 minutos à tarde. Quantos minutos o menino estuda diariamente?

1 hora = 60 minutos	Somando Manhã e Tarde:
Manhã: $2(60) + 45 = 165$ min	165
Tarde: $4(60) + 30 = 270$ min	+270
	435 minutos

4 - Um automóvel percorreu 435 quilômetros de uma rodovia. Ele ainda deverá percorrer 298 quilômetros até chegar ao seu destino. Quantos quilômetros da estrada vai percorrer para chegar ao destino?

$$\begin{array}{r}
 435 \\
 +298 \\
 \hline
 733 \text{ KM}
 \end{array}$$

MATERIAL DE SUPORTE DO PROFESSOR

ATIVIDADE: BALÕES MATEMÁTICOS

GABARITO

5 - Uma empresa produziu no primeiro trimestre 6905 peças. No segundo trimestre, a mesma empresa produziu 795 peças a mais que no primeiro trimestre.

Nessas condições:

a) Quantas peças a empresa produziu no segundo trimestre?

$$\begin{array}{r} 6905 \\ + 795 \\ \hline 7700 \text{ peças} \end{array}$$

b) Quantas peças a empresa produziu no semestre?

$$\begin{array}{r} 6905 \\ + 7700 \\ \hline 14605 \text{ peças} \end{array}$$

6 - Dom Pedro II, imperador do Brasil, faleceu em 1891 com 66 anos de idade.

Em que ano ele nasceu?

$$\begin{array}{r} 1891 \\ - 66 \\ \hline 1825 \end{array}$$

7 - Um avião Boeing 747 pode transportar 370 passageiros e um avião DC-10 pode transportar 285 passageiros. Quantos passageiros o Boeing 747 pode transportar a mais que o DC10?

$$\begin{array}{r} 370 \\ - 285 \\ \hline 85 \text{ pessoas} \end{array}$$

8 - À vista um automóvel básico custa R\$ 26.454,00. Decidi acrescentar mais alguns acessórios: ar condicionado R\$ 3.200,00, trava e alarme R\$380,00, vidros elétricos R\$ 590,00 e direção hidráulica 2.500,00. À prazo o mesmo automóvel custa R\$ 39.392,00. A diferença entre o preço cobrado é chamado de juros. Qual é a quantia que pagará de juros?

Preço do automóvel a vista + acessórios:	Diminuindo valor de carro a prazo pelo valor do carro a vista mais acessórios:
26.454,00	
+ 3.200,00	
+ 380,00	39.392,00
+ 590,00	- 33.124,00
+ 2.500,00	6.268,00
33.124,00	

3º BIMESTRE



DISTRIBUIÇÃO DAS AULAS

EEEP

1º SÉRIE

3º BIMESTRE

AULA	CONTEÚDOS / AULAS	CARGA HORÁRIA
1	Retrospectiva 1º semestre: cenas marcantes e aprendizados já vividos em mundo do trabalho	50'
2	Cooperação e Competição no mundo do trabalho	50'
3	Argumentação na prática	50'
4	Falhas na comunicação e vício de linguagem	50'
5	Eu e meu dinheiro: planejamento financeiro	50'
6	Eu e meu dinheiro: na prática	50'
7	Dossiê 6 - Planejamento Financeiro	50'
8	Preparação para as apresentações	50'
9	Culminância 3 - Apresentação do Dossiê 6	50'
10	Devolutivas sobre as apresentações e Exercícios Lógicos	50'
CARGA HORÁRIA TOTAL DO 3º BIMESTRE		10h/a

AULA	TEMA	RETROSPECTIVA 1º SEMESTRE: CENAS MARCANTES E APRENDIZADOS JÁ VIVIDOS EM MUNDO DO TRABALHO
1	OBJETIVO	■ Propiciar um espaço de reflexão sobre o que já foi vivenciado e aprendido no 1º semestre de Mundo do Trabalho

TEMPO	ATIVIDADE
5'	<p>INTRODUÇÃO</p> <p>■ Iniciar a aula dando boas-vindas aos estudantes. Dizer que é muito bom revê-los, que nesse bimestre/semestre vão continuar ampliando seus conhecimentos sobre o mundo do trabalho e colocando em prática os aprendizados na produção dos dossiês.</p>
40'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <p>■ Colocar uma música suave, pedir que todos fechem os olhos e tentem recordar momentos vividos nas aulas de Mundo do Trabalho. Perguntar:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Lembrem como chegaram no 1º bimestre? ■ O que já sabiam sobre o Mundo do Trabalho? O que aprenderam? ■ E como foi o 2º bimestre? ■ Lembrem das primeiras atividades? (citar algumas: crachá, painel tipos de trabalho, palestra com profissional, documentos do mundo do trabalho - Mariana, construção dossiê, criação da empresa, setor da sociedade e da economia, missão, visão e valores, estilos de liderança, comunicação, política de qualidade, organograma, marketing, culminância, etc.) ■ Quais as dificuldades enfrentadas? Conseguiu superar? ■ O que deu certo e o que não deu certo? <p>■ Enquanto estão de olhos fechados, deixar expostos na sala os dossiês produzidos no 1º semestre, para que ao final da reflexão eles possam revisitá-los.</p> <p>■ Pedir que abram lentamente os olhos. Entregar o Instrumental “Cenas Marcantes vividas em Mundo do Trabalho” (anexo) e pedir que agora registrem os aprendizados que tiveram no 1º semestre através de desenhos, palavras, frases... podem deixar a imaginação fluir assim como um filme na tela do cinema.</p> <p>■ Após concluírem, pedir que se agrupem em equipes de 6 estudantes e compartilhem as cenas escolhidas. Posteriormente cada equipe escolhe as cenas de um estudante para socializar com todo o grupo.</p>
5'	<p>ENCERRAMENTO</p> <p>■ Finalizar a aula dizendo que todas aquelas cenas, juntas, fazem parte do filme deles, daquela turma; porém ele ainda não acabou, terão outros momentos a serem vividos nesse semestre, muitos assuntos importantes sobre o Mundo do Trabalho para incluir nesse filme.</p> <p>■ E, para que o final seja feliz e os aprendizados colocados em prática, será de fundamental importância que continuem participando ativamente das atividades propostas, aplicando e ampliando os conceitos nas empresas fictícias. “Vamos então continuar produzindo nosso filme!”.</p>

MATERIAL NECESSÁRIO

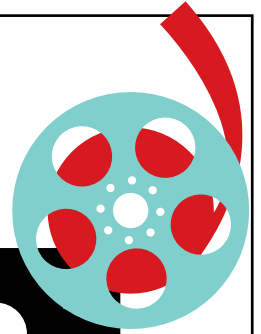
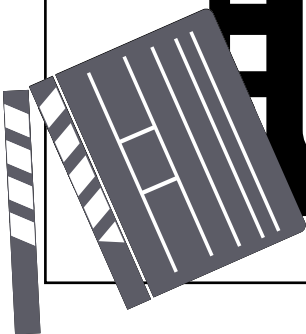
- Instrumental “Cenas Marcantes vividas em Mundo do Trabalho”
- Lápis de cor, canetinhas, giz de cera
- Dossiês
- Música suave, sugestão “A Million Dreams” - (Violin Cover) Taylor Davis. Link:
- <https://www.youtube.com/watch?v=5rm-TDPjYlo>

ORIENTAÇÕES

- No momento da reflexão pode diminuir a luz da sala criando um ambiente mais adequado.
- Trazer para reflexão particularidades vividas pelos estudantes no 1º semestre em mundo do trabalho.

ANEXO

CENAS MARCANTES VIVIDAS EM MUNDO DO TRABALHO

A large black film strip graphic with six empty rectangular frames for writing, arranged in two columns and three rows. The film strip has perforations on both sides.

AULA	TEMA	COOPERAÇÃO E COMPETIÇÃO NO MUNDO DO TRABALHO
2	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Propiciar um espaço de reflexão sobre cooperação e competição, assim como sua aplicação na vida e no mundo do trabalho ■ Levar o grupo a perceber a importância de ser cooperativo, solidário, gentil nos relacionamentos pessoais e no ambiente de trabalho
TEMPO	ATIVIDADE	
10'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Convidar os estudantes para ficarem de pé em um círculo e distribuir um balão para cada. Comentar que no mundo de hoje existe um clima de competição constante, principalmente no ambiente de trabalho. Isso às vezes se reproduz também na Escola? Entre amigos? ■ Na sequência, pedir para que encham seus balões, “descarregando” dentro deles, todos os sentimentos negativos que muitas vezes são sentidos nesse mundo competitivo e fazendo assim as pessoas agirem com negligência, indolência, preguiça e até desejando o fracasso do próximo. ■ Após os balões cheios, informar que os guardem, pois serão usados posteriormente. ■ Obs: Caso não tenha disponível na escola balões, substituir por papéis e pedir que os estudantes escrevam nos papéis os sentimentos negativos ligados a competição e depois pedir que guardem. 	
35'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <p>Atividade: Cartões Verde e Vermelho</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Convidar a turma para participar de um jogo. Dividir os estudantes em 04 equipes e entregar para cada: um CARTÃO VERDE e um CARTÃO VERMELHO. Dizer que o jogo tem 10 rodadas e a cada rodada, as equipes escolherão um CARTÃO (verde ou vermelho) para apresentar ao professor. Porém, informar que as equipes estão PROIBIDAS de falarem com as outras e toda a conversa entre os membros deve ser mantida sob absoluto sigilo. ■ Ao final de cada rodada, dizer qual ou quais equipes conseguiram pontuação. Contudo, informar que as equipes devem descobrir por conta própria quais os critérios de pontuação até então não revelados (anexo). A equipe que conseguir maior pontuação, ganha (pode oferecer algum prêmio). ■ A cada rodada, anotar no quadro a pontuação obtida pelas equipes. ■ Conduzir o jogo desta forma até a 5ª RODADA. Antes de prosseguir para a 6ª RODADA – é provável que tenham equipes perdendo enquanto outras estão ganhando. Propor que cada equipe eleja um REPRESENTANTE. Estes poderão conversar, fora da sala, ou em local reservado para que os outros não escutem, sobre as escolhas que as equipes irão fazer na RODADA seguinte. ■ É possível que, ao retornar para seu grupo, o REPRESENTANTE seja convencido pelos demais a fazer outra escolha, uma vez que a equipe deseja ganhar o jogo - mas esse não é o objetivo desta atividade. Ficar atento caso apareça algum conflito e agir de forma a moderar esse comportamento. ■ Forçar o ritmo do jogo, sem deixar tempo entre RODADAS. ■ Caso as equipes não tenham descoberto a verdadeira regra do jogo, continuar até finalizar a 10ª RODADA. ■ Dependendo da maturidade e integração dos estudantes, pode acontecer de nenhuma equipe descobrir que - PARA GANHAR PONTOS SEMPRE, TODAS AS EQUIPES DEVEM ESCOLHER O CARTÃO VERDE. ■ Então, após a última RODADA, perguntar aos estudantes: <ul style="list-style-type: none"> ■ Todos descobriram como fazia para pontuar? ■ Qual era o segredo? Alguém pode compartilhar? ■ Como se sentiram? ■ Qual atitude as pessoas/ equipes tiveram que foi mais forte? (competição ou cooperação?) 	

continua >

AULA	TEMA	COOPERAÇÃO E COMPETIÇÃO NO MUNDO DO TRABALHO
2	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Propiciar um espaço de reflexão sobre cooperação e competição, assim como sua aplicação na vida e no mundo do trabalho ■ Levar o grupo a perceber a importância de ser cooperativo, solidário, gentil nos relacionamentos pessoais e no ambiente de trabalho

continuação

TEMPO	ATIVIDADE
	<p>DESENVOLVIMENTO (continuação)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Aguardar as considerações e dizer que assim como nessa atividade, no mundo, somos estimulados a ser competitivos, a ser o melhor, mas que, nossa essência, como ser humano, é ser cooperativo, ajudar o outro, fazer junto, trabalhar em equipe para que todos ganhem. Seguir perguntando: <ul style="list-style-type: none"> ■ Qual a importância de agir de forma cooperativa? ■ É possível ser cooperativo no nosso dia a dia? E no ambiente de trabalho? Como? ■ O correto é agir de forma cooperativa ou competitiva no mundo do trabalho? ■ Aguardar novamente as considerações e dizer que é possível ser cooperativo e competitivo e que a competição pode ser saudável “desde que eu não tenha inveja do sucesso do outro, que eu não deseje seu mal. Quando eu vejo meu colega se destacando, sendo bom em alguma coisa, passo a admirá-lo, e desejo chegar onde ele chegou, sem destruí-lo, buscando caminhos para conseguir. Nesse caso, eu estou usando essa competição para crescer, sem passar por cima de ninguém”. Essa é a competição saudável e deve ser o aprendizado que devemos internalizar hoje, aplicando no nosso dia a dia, seja no espaço da escola, da família e futuramente no mundo corporativo.
10'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Para encerrar, pedir que fiquem de pé, em círculo com seus balões e, como forma de eliminar todo sentimento negativo depositado nele, e que muitas vezes a competição faz aflorar na gente, pedir que estourem os balões. ■ Obs: Se a atividade for feita com papéis: ■ Estudantes de pé, em círculo, pedir que peguem seus papéis e joguem fora aquele sentimento negativo. Colocar a lixeira no centro da sala. ■ Pedir agora uma salva de palmas para todo sentimento e atitudes de cooperação e para competição saudável, que possibilita o convívio harmonioso e que nos faz crescer.

MATERIAL NECESSÁRIO

- Balões 1 para cada estudante
- Cartões vermelho e verde (04 de cada cor)

ORIENTAÇÕES

- Estudar Texto Cooperação ou competição no ambiente de trabalho para fundamentar as discussões.

ANEXO

MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR TABELA DE PONTUAÇÃO

CARTÕES				PONTUAÇÃO	
				GANHA	PERDE
					TODOS PERDEM 4 PONTOS
				GANHA 1 PONTO	PERDE 3 PONTOS
				GANHA 2 PONTOS	PERDE 2 PONTOS
				GANHA 3 PONTOS	PERDE 1 PONTO
				TODOS GANHAM 1 PONTO	

- **Quatro escolhas verdes:** cada equipe ganha 01 ponto;
- **Quatro escolhas vermelhas:** cada equipe perde 04 pontos;
- **03 escolhas vermelhas e 01 verde:** quem jogou vermelho ganha 01 ponto, quem jogou verde perde 03 pontos;
- **02 escolhas vermelhas e duas verdes:** quem jogou vermelho ganha 02 pontos, quem jogou verde perde 02 pontos;
- **01 escolha vermelha e três verdes:** quem jogou vermelho ganha 03 pontos, quem jogou verde perde 01 ponto.

 **ANEXO**

MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR

CARTÕES VERDE E VERMELHO:
IMPRIMIR 4 DE CADA COR



ANEXO

MATERIAL DE SUPORTE PARA PROFESSOR

COOPERAÇÃO OU COMPETIÇÃO AMBIENTE DE TRABALHO ⁶¹

No ambiente de trabalho, a todo o momento, os colaboradores são estimulados a cooperar e competir com seus colegas. Isso é essencial para garantir a realização conjunta das tarefas e também estimular a competitividade saudável entre os profissionais.

Embora em muitos locais a competição se destaque mais do que a cooperação, é importante buscar um meio-termo. Isso garante aos colaboradores oportunidades iguais de mostrarem seu potencial, tanto individualmente como em equipe e crescer na empresa.

O PODER DA COOPERAÇÃO

Numa organização, todos fazem parte do todo, e como tal, todos os profissionais e todos os departamentos devem colaborar, ativamente, para que as metas e objetivos sejam plenamente alcançados. Este é o poder da cooperação e do engajamento, elementos essenciais ao trabalho em conjunto.

Estes componentes são tão importantes que cada vez mais as empresas valorizam os profissionais que tem como diferencial o trabalho em equipe. Estes, por sua vez, são aqueles colaboradores, com diversas habilidades interpessoais, e que conseguem compartilhar seus conhecimentos técnicos e experiências com os demais.

Essa capacidade de dividir conhecimentos faz com que, direta e indiretamente, outros profissionais também possam expandir seus conhecimentos e melhorar sua produtividade e resultados. Por isso, nada mais justo do que dizer que a cooperação e a competição no trabalho são tão importantes e essenciais.

COMPETIÇÃO SAUDÁVEL PODE SER INSPIRADORA

A competitividade é uma competência comportamental fundamental nas empresas, uma vez que por meio dela, o colaborador consegue mostrar seu trabalho, sua capacidade de lidar com a pressão, sua Inteligência Emocional e social, e com isso, elevar o nível dos demais profissionais de sua equipe.

Na prática, isso estimula a competição saudável, porque num ambiente de alto nível e alto desempenho, os colaboradores passam a inspirarem-se nos diferenciais de seus colegas e, ter neles, estímulos a mais para investir em seu próprio desenvolvimento.

Deste modo, podemos dizer que a competitividade no trabalho é positiva quando proporciona aos profissionais desenvolverem novas capacidades e evoluir na carreira. Aliado a um perfil colaborativo e cooperador, isto potencializa ainda mais as chances de sucesso do profissional.

Neste sentido, é importante estar sempre atento ao seu desempenho, procurar ser colaborativo, cooperar com os colegas e competir de modo saudável, sempre respeitando os seus limites e o espaço do outro. Isso favorece: o aprimoramento contínuo de suas capacidades; o desenvolvimento de novas habilidades; e ajuda você a destacar-se ainda mais no mercado de trabalho. Permita-se!

⁶¹ Fonte Adaptada: <http://www.jrmcoaching.com.br/blog/cooperacao-e-competicao-no-ambiente-de-trabalho-ambas-sao-importantes/> Acesso em 19.05.2018

AULA	TEMA	ARGUMENTAÇÃO NA PRÁTICA
3	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Retomar os aprendizados sobre a importância da argumentação ■ Trazer uma reflexão sobre a argumentação no ambiente de trabalho ■ Vivenciar situação de argumentação no ambiente de trabalho
TEMPO	ATIVIDADE	
10'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Iniciar a aula perguntando se os estudantes lembram da atividade do Bingo vivenciada em sala no bimestre passado. Perguntar: <ul style="list-style-type: none"> ■ Além de conhecer mais sobre os colegas, que aprendizado essa atividade proporcionou? (Espera-se que falem sobre comunicação ou argumentação) ■ O que é mesmo argumentar? ■ Aguardar as contribuições e recordar que a argumentação é a capacidade de expor suas ideias de forma a convencer as pessoas e para isso utiliza-se de fatos, exemplos, dados para que o discurso tenha maior credibilidade. Lembrar que na atividade do Bingo, eles fizeram exatamente isso, utilizaram a argumentação, voltada para questões pessoais. Continuar perguntando: <ul style="list-style-type: none"> ■ No mundo do trabalho, em que momentos utilizamos a argumentação? ■ Qual a importância de ter uma boa argumentação no ambiente corporativo? ■ Dizer que a capacidade de argumentação é uma habilidade importante, independente da profissão que se escolha. Em muitos momentos você precisará expor, defender sua opinião com seus colegas, clientes, chefe em situações diversas. 	
35'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <p>Atividade: Argumentação na Prática</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Dividir os estudantes em 5 equipes e desafiá-los a colocarem em prática os aprendizados sobre argumentação com foco no mundo do trabalho. “Vocês topam?” ■ Entregar para cada equipe tarjetas diferentes onde estão descritas situações (anexo). Dizer que terão 5 minutos para conversar com a equipe sobre a situação e apresentar para a turma os argumentos. Após a apresentação de cada equipe, outra irá contra-argumentar, gerando um debate até que, todos juntos, com a ajuda do professor, possam analisar as formas utilizadas de argumentação. Ex: Equipe 1 Argumenta - Equipe 2 contra-argumenta - Equipe 2 Argumenta - Equipe 3 contra-argumenta seguindo essa lógica até que no final a Equipe 5 Argumenta - Equipe 1 contra-argumenta. ■ Informar que cada equipe terá: <ul style="list-style-type: none"> ■ 3 minutos para ler a situação e argumentar ■ 1 minuto para contra-argumentação ■ 1 minuto para considerações finais. ■ Mediar a atividade, administrando o tempo. ■ Após as apresentações, pedir alguns voluntários para comentar a atividade destacando os aspectos mais relevantes e depois fazer as considerações, se necessário. 	
5'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Finalizar dizendo que nem sempre quando argumentamos, conseguimos convencer a respeito do nosso ponto de vista, mas só em resolver de forma pacífica já é um grande passo. É importante não desanimar e pensar que está ganhando conhecimento e aprendendo a ser mais flexível todas as vezes que entra em debate com outras pessoas; e que seu poder de argumentação pode e deve ser aprimorado sempre. ■ Manter-se bem informado do que acontece à sua volta é essencial para criar argumentos novos e consistentes, nunca mentir e enganar para ganhar a qualquer custo. 	

MATERIAL NECESSÁRIO

- Tirinhas com as situações

ORIENTAÇÕES

- Estudar o Texto do Material de Suporte “Boa Argumentação na Prática” para fundamentar as discussões.



ATIVIDADE

ARGUMENTAÇÃO NA PRÁTICA

SITUAÇÕES: CADA EQUIPE RECEBE UMA SITUAÇÃO DIFERENTE

Situação 1: João é um funcionário exemplar, trabalha em uma empresa de varejo há mais de 5 anos na função de operador de caixa fazendo um excelente trabalho. Desde que entrou tem o sonho de crescer na empresa e trabalhar na área administrativa, já está inclusive fazendo um curso. Ontem, ele ficou sabendo através de uma colega que a empresa está fazendo uma seleção exatamente para a vaga que ele deseja. Apesar de João ainda não ter a formação exigida (superior completo) decidiu conversar com seu chefe na tentativa de conseguir essa vaga. **A equipe deve convencer os colegas e professor de que João merece ser promovido para o cargo desejado.**

Situação 2: Carlos é o gerente do setor onde também trabalham João, Mara e Clara. Uma das atribuições do setor deles é nas sextas feiras preparar o relatório de vendas para que se inicie a semana seguinte já com os resultados apurados e as ações definidas. Essa rotina já acontece assim há anos. O que Clara já percebeu, nesse 1 ano de empresa, é que o relatório acaba não saindo com todas as informações pois não dá tempo de contabilizar tudo. Ela resolveu conversar com os colegas e o chefe para mudar essa rotina, defendendo a sua ideia de que o relatório de vendas seja feito na segunda, fazendo com que as informações saiam mais atualizadas e reais podendo assim, o setor, propor as ações mais assertivas. **Tente convencer os colegas e professor de que a ideia de Clara é a melhor para a empresa.**

Situação 3: A empresa “TUDO TEM SUA UTILIDADE” trabalha com produtos diferentes e acredita, como já diz no seu nome, que todo objeto e/ou produto tem uma utilidade e seus funcionários também acreditam. Eles são treinados para argumentar com os clientes na hora de fazer a venda do produto. Um dos produtos mais vendidos é **televisão queimada**. **A equipe deve convencer os colegas e professor de que uma televisão queimada é uma excelente compra.**

Situação 4: A empresa “TUDO TEM SUA UTILIDADE” trabalha com produtos diferentes e acredita, como já diz no seu nome, que todo objeto e/ou produto tem uma utilidade e seus funcionários também acreditam. Eles são treinados para argumentar com os clientes na hora de fazer a venda do produto. Um dos produtos mais vendidos é **Lençol Rasgado**. **A equipe deve convencer os colegas e professor de que um lençol rasgado é uma excelente compra.**

Situação 5: Isabel e Orlando trabalham na mesma empresa e no mesmo setor. Uma das regras de lá é que funcionários do mesmo setor não podem tirar férias no mesmo período pois o setor não pode ficar só. Isabel resolveu casar de última hora, já namorava há bastante tempo com Cesar e decidiu que estava na hora de oficializar, então marcaram o casamento para o mês de maio pois ela sempre sonhou em casar nesse mês e depois fazer uma viagem de lua de mel. O problema é que as férias do Orlando já estavam agendadas para esse período e ele tinha até marcado uma viagem com a família. Isabel vai ter que convencer o Orlando a mudar as suas férias para garantir a realização do seu sonho. **A equipe deve convencer os colegas e professor de que Isabel merece tirar as férias em maio devendo assim Orlando mudar sua viagem já programada.**

MATERIAL DE SUPORTE DO PROFESSOR
BOA ARGUMENTAÇÃO NA PRÁTICA! ⁶²


O objetivo da argumentação é fazer com que no final da conversa, a outra pessoa concorde com quem está argumentando mas, para atingir esse objetivo, é preciso ter uma certa sensibilidade ao expor suas ideias para as pessoas.

Por mais que você seja uma pessoa pacífica e que prefira se manter longe de debates, mais dias, menos dias precisará defender um ponto de vista no qual acredita. E isso não é só na vida pessoal, no trabalho ou até mesmo nas redes sociais, os debates são comuns. Existem algumas técnicas que podem ajudar no seu poder de argumentação.

1 - NÃO BATA DE FRENTE

É importante aprender a ouvir, para detectar o que o outro pensa sobre um determinado assunto. Dificilmente você conseguirá convencer o outro batendo de frente com suas opiniões. Aguarde uma brecha para você expor a sua opinião.

2 - FIQUE NO QUE O OUTRO TEM A GANHAR

Depois que você ouviu atentamente a exposição do outro, coloque o foco da sua fala no que o interlocutor tem a ganhar, e não naquilo que é objeto imediato do seu desejo. Apresente as vantagens que ele terá ao aderir a sua ideia ou no caso de vendas, adquirir um determinado produto ou serviço.

⁶² Fonte adaptada: <http://www.rtbconsultoria.com.br/index.php/8-dicas-para-ganhar-uma-argumentacao/>

<https://segredosdomundo.r7.com/9-truques-infalveis-para-ganhar-uma-discussao/>
Acesso em 28.05.2018

ANEXO

MATERIAL DE SUPORTE DO PROFESSOR

BOA ARGUMENTAÇÃO NA PRÁTICA!

continuação

3 - USE OS ARGUMENTOS CERTOS

Para se sair bem em uma discussão, é importante escolher argumentos de maneira apropriada e conduzi-los de forma lógica. Embasar sua fala em exemplos, comparações, estatísticas, pesquisas e testemunhas é uma ótima forma de passar credibilidade no que você está falando.

4 - ATENTE-SE NAS IDEIAS PRINCIPAIS

Um erro bastante comum no processo de “convencer” o outro é usar muitos argumentos ao mesmo tempo. Isso pode confundir a pessoa e enfraquecer o poder de persuasão. Escolha as ideias mais consistentes e foque apenas nelas. Porém, evite ficar repetindo o mesmo discurso a todo momento.

5 - NÃO APRESENTE SUA OPINIÃO DE CARA

Uma técnica que costuma funcionar bem é não apresentar a sua opinião no primeiro momento. Tente ouvir bem o outro atentamente para aí sim, expor o seu argumento. Para ser eficaz, primeiro, conduza o seu raciocínio; e depois apresente a sua tese.

6 - TRANSMITA CREDIBILIDADE

O melhor de todos os argumentos é a credibilidade. Assim, a alegação só terá o efeito desejado se existir coerência entre o discurso e a atitude de quem fala. Por melhores que sejam as palavras, se não houver um comportamento que corresponda ao que é falado dificilmente você terá crédito.

continua >

ANEXO

MATERIAL DE SUPORTE DO PROFESSOR

BOA ARGUMENTAÇÃO NA PRÁTICA!

continuação

7 - FALE COM DOMÍNIO E ENTUSIASMO

Se você quer passar credibilidade, então seja natural, espontâneo e, demonstre conhecimento sobre o assunto que se expõe. Transmitir emoção naquilo que você fala é essencial para transparecer energia nas suas palavras.

8 - TRATE O OUTRO COM EDUCAÇÃO E GENTILEZA

Seja qual for o debate, educação e gentileza também são aspectos do seu comportamento que vão influenciar no poder da sua argumentação. Sem isso, nada funciona.

9 - NÃO SE PRENDA AO CONCEITO COMUM DE VITÓRIA

Por mais que você não tenha mudado a opinião da outra pessoa, acredite: existem várias formas de se ganhar uma discussão. Portanto, não se prenda ao conceito mais básico de vitória. Você pode não ter convencido a respeito do seu ponto de vista, mas só de ter resolvido tudo de forma pacífica já é um grande passo.

Pense que você está ganhando conhecimento e aprendendo a ser mais flexível todas as vezes que entra em debate com outras pessoas e que seu poder de argumentação pode e deve ser aprimorado sempre. Para isso, além das técnicas de argumentação, manter-se bem informado sobre tudo o que acontece à sua volta e que principalmente, influencia o seu negócio é essencial para criar argumentos novos e consistentes.

AULA	TEMA	FALHAS NA COMUNICAÇÃO E VÍCIO DE LINGUAGEM
4	OBJETIVO	■ Trabalhar com o grupo a importância da linguagem formal no mundo do trabalho
TEMPO	ATIVIDADE	
10'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Iniciar a aula utilizando gírias. Ex: "Oi galera, tudo beleza? A turma lacrou na aula passada nos argumentos, foi show, né! Tipo assim, 10 de 10, tão ligado? Hoje a aula também promete, vai ser rocheda. Quero os mano e as mina na concentração, fechado?" ■ Em seguida, perguntar: <ul style="list-style-type: none"> ■ Como vocês perceberam essa minha postura enquanto falava? ■ Todos entenderam? ■ Consideram que é uma postura adequada para ser utilizada no ambiente de trabalho? ■ É esperado que os estudantes gostem da forma de abordagem do professor e até se divirtam, já que são jovens e a grande maioria usa gírias. ■ Aguardar as contribuições e dizer que a comunicação informal feita por ele utilizando gírias, vícios de linguagem e mudando até a própria postura corporal é uma forma de comunicação que pode ser usada em espaços mais pessoais, com determinados grupos de amigos, de familiares, etc. Porém, no mundo do trabalho ela não é bem vista pela maioria das organizações. As empresas exigem uma postura formal, profissional, por isso é preciso ficar atento com as manias e excessos na forma de falar, para não se prejudicar e acabar perdendo a credibilidade, não colaborando para uma boa imagem pessoal e profissional. 	
35'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Fazer uma leitura dialogada do texto "Falhas de comunicação e vícios de linguagem" (anexo). ■ Após a leitura espalhar pela sala várias tarjetas com palavras, gírias e expressões (sugestão em anexo). Pode colocar palavras repetidas e também algumas tarjetas em branco, caso os estudantes queiram complementar. Pedir que circulem pela sala e peguem duas ou três palavras que conheçam. ■ Dividir a turma em 6 equipes e solicitar que criem um pequeno texto com aquelas gírias que pegaram, podem acrescentar outras se quiserem. Informar que para isso terão 5 min. ■ Após todos concluírem, dizer que eles vão trocar os papéis com outra equipe e deverão agora traduzir as gírias recebidas do outro grupo para uma linguagem formal e depois apresentar para a turma (5 minutos para traduzir e 3 para apresentar). ■ A equipe que criou, juntamente com o professor e outros estudantes vão avaliar se o exercício foi feito corretamente e que outras palavras também poderiam ser usadas, sempre pensando em deixar o texto o mais adequado a um ambiente formal como o do mundo do trabalho. 	
5'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Pedir que os estudantes fiquem de pé em círculo. ■ Dizer que, a partir dos aprendizados já adquiridos com as aulas de comunicação e que foram complementados hoje, eles busquem assumir esse compromisso pessoal de tentar melhorar a linguagem, substituindo algumas palavras inadequadas por outras mais formais, como um treino para o mundo do trabalho. Que tal começar esse exercício nas aulas de Mundo do Trabalho? ■ Então, propõe um aperto de mão entre os colegas como forma de assumir esse compromisso. 	

MATERIAL NECESSÁRIO

- Texto: Falhas na comunicação e vícios de linguagem
- Cópia das tarjetas com as gírias (para 40 alunos 3 cópias)

MATERIAL DE SUPORTE DO PROFESSOR

FALHAS DE COMUNICAÇÃO E VÍCIOS DE LINGUAGEM ⁶³

Muitas questões poderiam ser resolvidas se a comunicação fosse aperfeiçoada. Expressões faciais, a linguagem corporal, palavras inadequadas ou tentativas em vão de poupar os sentimentos das pessoas são alguns dos responsáveis pelas falhas na comunicação interpessoal. Independentemente de seu método de comunicação ser verbal, escrito, direto ou à distância, a forma como você se expressa irá influenciar no recebimento de sua mensagem. Reduza seus conflitos, provocados pela comunicação, utilizando as etapas a seguir:

- 1) Elimine a linguagem negativa. Ela, por si só, causa conflito e confronto em situações em que não há a menor necessidade. Ela pode assumir um tom de reprovação ou ser interpretada como sarcástica ou condescendente. Frases ou palavras tipicamente negativas incluem expressões que implicam descaso, mentira ou ignorância. A linguagem negativa inclui: não posso / não vou / falhei / ignorei / reclamei de / tive que / deveria / sempre / nunca.
- 2) Substitua a linguagem negativa pela positiva, cujo objetivo é salientar o que pode ser feito, alternativas e escolhas. A linguagem positiva enfatiza ações e consequências positivas, em vez de antecipações negativas. A linguagem positiva inclui: Se... então / sugestão / opção / concordo / excelente / bem-vindo / benefício / afirmações na 1ª pessoa do singular.

MANIAS A DESCARTAR

Ninguém está a salvo delas. Não há como negar, elas são o terror de qualquer profissional que usa a comunicação como ferramenta de trabalho. Apavoram o professor, o político, o palestrante e o profissional de atendimento. Não há aula, discurso, treinamento ou atendimento, por melhor que seja, que resista a elas. São as famosas, as abomináveis, as detestáveis manias linguísticas.

O que são as manias linguísticas?

Um tipo de mania linguística, na verbalização, é a repetição constante de uma mesma palavra durante o discurso espontâneo, geralmente colocada no final da frase e expressa como pergunta ou exclamação.

⁶³ Fonte Adaptada: <http://www.trmkt.jex.com.br/dicas/evite+que+falhas+na+comunicacao+gerem+conflitos+>

<http://callcenter.inf.br/artigos/21299/ponderacoes-sobre-os-vicios-de-linguagem/ler.aspx>

Acesso em 30.08.2018

ANEXO

MATERIAL DE SUPORTE DO PROFESSOR

FALHAS DE COMUNICAÇÃO E VÍCIOS DE LINGUAGEM

continuação

Quando essas expressões são usadas?

Elas são usadas toda vez que a pessoa sente necessidade de reformular a frase ou pensamento ou lembrar a palavra mais adequada para determinada citação.

Quando elas se tornam problemas?

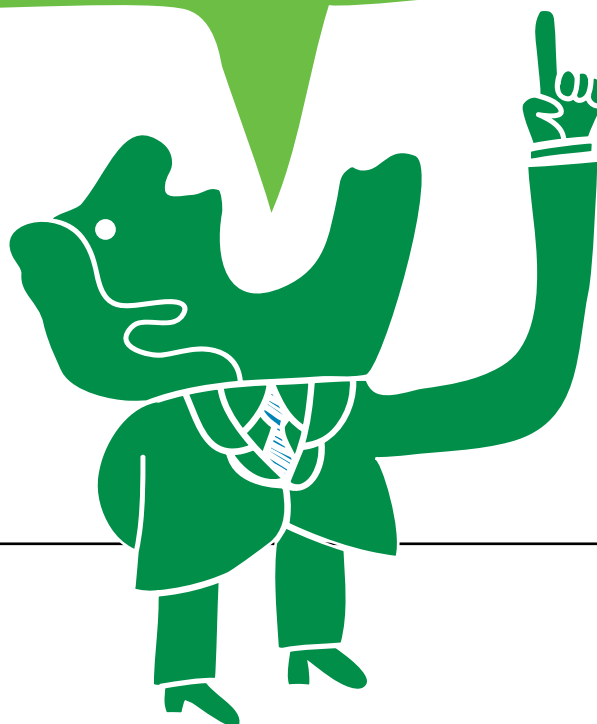
Elas se tornam um problema quando, pelo excesso de uso, são automatizadas e evocadas repetidamente ao final da frase, tornando o discurso desagradável a quem ouve.

IMPORTANTE

NÃO DIZER: OK? - ENTENDE? - COMPREENDE? - NÃO ACHA? - EU NÃO FALEI? - TÁ BEM, QUERIDA - TÁ - HUM-SIM

SUBSTITUIR POR: CERTO - PERFEITAMENTE - CORRETO

Né? Tipo assim...
Humm... coisas
tá Né Então... Hã...




ANEXO

SUGESTÃO DE GÍRIAS E EXPRESSÕES

AÍ SIM	PARÇA	DAR PÉ	TÁ OSSO
BABADO	PODE PÁ	DE BOA	TOP
BOLADO	RANÇO	DEU BOM	TROCAR IDEIA
BOMBANDO	ROCHEDA	É NÓIS	TRETA
BORA	SEI LÁ	FALA SÉRIO	TUMBLR
BUGADO	CRUSH	LACROU	SINISTRO
CARA	SHIPPAR	MANO	TÁ LIGADO
SEJA MENAS	DAORA	MASSA	VÉIO
SÓ QUE NÃO	DAR AS CARAS	MINA	ZOAR
STALKEAR	TIPO ASSIM	MITOU	NÉ

 ANEXO

MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR

SIGNIFICADOS DAS GÍRIAS ⁶⁴

1. **Aí sim:** Expressão utilizada como forma de aprovação. Significa que a pessoa concorda ou aprova algo ou alguma situação.
2. **Babado:** acontecimento
3. **Bolado:** chateado
4. **Bombando:** fazendo sucesso
5. **Bora:** redução da expressão "Vamos embora"
6. **Bugado:** estragado
7. **Cara:** Denominação para pessoa de maneira informal, pessoa, colega, amigo
8. **Crush:** alguém que se gosta, sente atração
9. **Daora:** significa algo muito louco, legal, divertido
10. **Dar as caras:** comparecer em algum lugar
11. **Dar pé:** dar certo, ser favorável, ser positivo
12. **De boa:** tudo bem
13. **Deu bom:** deu certo
14. **É nós:** estamos juntos
15. **Fala sério:** não acredito
16. **Lacrou:** foi bem em algo, obteve sucesso
17. **Mano:** irmão
18. **Massa:** legal, interessante, divertido
19. **Mina:** menina
20. **Mitou:** expressão usada para qualquer acerto ou frase considerada positiva pelo coletivo

⁶⁴ Fonte adaptada: <https://www.dicionarioinformal.com.br>, <http://www.qualeagiria.com.br>, <https://www.dicionariopopular.com>, <https://lucianabugni.blogosfera.uol.com.br/2017/09/19/27-gurias-atuais-para-parecer-moderno/> Acesso em 26.05.2018

continua >

 **ANEXO****MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR**

SIGNIFICADOS DAS GÍRIAS

continuação

- 21. Né:** Não é, usado para confirmar alguma coisa
- 22. Parça:** parceiro, amigo
- 23. Pode pá:** verdade. Quando você aceita o que foi dito ou lembra que já sabia
- 24. Ranço:** raiva
- 25. Rocheda:** boa
- 26. Sei lá:** não sei
- 27. Seja menas:** não exagera, fica tranquila
- 28. Shippar:** apoiar determinado casal de personagens ou até mesmo real e querer que fiquem juntos
- 29. Sinistro:** Estranho, medonho, cavernoso, obscuro, perigoso, difícil. Algo sem explicação.
- 30. Só que não:** expressão usada comumente entre jovens para contrariar de forma negativa alguma ação feita, qualidade ou característica atribuída a alguém ou a alguma coisa.
- 31. Stalkear:** baseada na palavra inglesa stalker, que significa literalmente “perseguidor”. Costuma ser usado para se referir ao ato de “espionar” as atividades de determinada pessoa nas redes sociais.
- 32. Tá ligado:** entendeu
- 33. Tá osso:** quando a coisa está difícil
- 34. Tipo assim:** o mesmo que “então”, utilizada quando se tenta conseguir tempo para raciocinar ou quando não se tem o domínio do assunto em questão
- 35. Top:** legal, bom, de qualidade
- 36. Treta:** briga, desentendimento
- 37. Trocar ideia:** conversar
- 38. Tumblr:** (lê-se “tãmbler”) bonito, legal, estiloso
- 39. Véio:** denota intimidade e é inserida no lugar do nome da pessoa com quem fala
- 40. Zoar:** fazer bagunça, atrapalhar, debochar, brincar, se divertir.

AULA	TEMA	EU E O MEU DINHEIRO: PLANEJAMENTO FINANCEIRO
5	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Promover uma reflexão com os estudantes sobre como administram o seu dinheiro ■ Discutir com o grupo a importância do planejamento financeiro para a realização de sonhos e projetos

TEMPO	ATIVIDADE
20'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Iniciar a aula reproduzindo o vídeo “Eu e o meu dinheiro” (material de suporte). Após a exibição, formar quartetos para que os estudantes dialoguem sobre o conteúdo do vídeo. Disponibilizar 5 minutos para as discussões ■ Em seguida, lançar para o grupo as seguintes perguntas: <ul style="list-style-type: none"> ■ O vídeo apresenta o contraste entre necessidade e desejo. Qual a diferença entre esses dois conceitos? Você consegue identificar essas situações no vídeo? Quais são? ■ Por que para um dos amigos sobrou dinheiro para comprar uma camiseta e para o outro não? ■ Já aconteceu de comprar algo só porque sentiu uma vontade de comprar naquela hora? ■ Em sua opinião, quem mais precisava comprar um tênis? ■ Você já comprou algo e depois percebeu que na verdade precisava de outra coisa? ■ Com qual dos dois personagens você mais se identifica? Por quê? ■ Lembrar que a nossa vida é feita de sonhos, projetos e decisões. Dessa forma, precisamos desenvolver hábitos financeiros planejados e assertivos, assim as decisões serão mais racionais e previsíveis, nos proporcionando uma maior qualidade de vida. ■ Comentar com a turma que uma dessas ferramentas de planejamento financeiro é o orçamento. Perguntar: o que é um orçamento? Alguém utiliza dessa ferramenta em seu cotidiano?
20'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Realizar a leitura do texto “Orçamento Pessoal ou Familiar” (anexo), explicando cada parágrafo e contextualizando, dando exemplo do cotidiano.
5'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Solicitar que os estudantes fiquem de pé, em círculo, no centro da sala e pedir que quem se sentir à vontade complemente a frase, pensando nos aprendizados pessoais de hoje, sobre orçamento: O que já faço..... e o que preciso fazer...

MATERIAL NECESSÁRIO

- Mídia: “Eu e o meu dinheiro”
- <https://www.youtube.com/watch?v=FdTip4SdWMw>
- Confeccionar um dado grande
- Texto “O que é orçamento?”

O QUE É ORÇAMENTO? ⁶⁵

O orçamento pode ser visto como uma ferramenta de planejamento financeiro pessoal que contribui para a realização de sonhos e projetos. Para que se tenha um bom planejamento, é necessário **saber aonde se quer chegar**. Para isso, é necessário internalizar a visão de orçamento familiar com uma perspectiva de futuro, para a realização de um projeto; e estabelecer metas claras e objetivas, as quais geralmente precisam de recursos financeiros para que sejam alcançadas ou para que ajudem a atingir objetivos maiores.

Por isso, é importante que toda movimentação de recursos financeiros, incluindo todas as receitas (rendas), todas as despesas (gastos) e todos os investimentos, esteja anotada e organizada.

REFLEXÃO: DE ONDE VEM E PARA ONDE ESTÁ INDO O MEU DINHEIRO?

De onde vem o dinheiro não costuma ser um mistério. Em geral, as pessoas naturalmente têm uma boa noção de onde vêm as suas receitas, pois esperam recebê-las pelo trabalho realizado, por algum investimento efetuado ou por benefícios recebidos. Quando o dinheiro vem como resultado do trabalho, as formas mais conhecidas são: salário, comissão de vendas, diárias, honorários, pró-labore, faturamento de prestação de serviços, vencimentos, subsídios.

O dinheiro também pode ser resultado do rendimento de aplicações financeiras ou em bolsa de valores, planos de previdência social ou privada, prêmios de seguros, ou mesmo de aplicações não financeiras como aluguel de imóveis, herança, prêmios de loteria. Pode ainda ter como origem benefícios previdenciários ou assistenciais de programas sociais do governo.

Por outro lado, pesquisas indicam que grande parte da população não sabe como gasta o seu dinheiro ou o quanto é gasto em cada grupo de despesas, como alimentação, moradia, educação, saúde, lazer, dívidas e juros, viagens e realização de sonhos ou outros gastos e investimentos.

E você? Você sabe quanto gasta e como gasta seu dinheiro todo mês? Você tem ideia de como suas despesas se comportaram neste ano? Você sabe quais itens consomem a maior parte de sua renda? Quanto você já pagou de juros neste ano? Você planeja seus gastos? E sua poupança? Quando planeja, você cumpre o planejamento?

O controle e o planejamento financeiro, bem como a anotação de todas as receitas e despesas, ajudam a obter respostas para essas perguntas fundamentais.

Qualquer que seja o tamanho do seu plano ou sonho, é necessário ter um controle efetivo das receitas e das despesas, bem como se organizar e definir o que tem de ser feito, de modo a alcançar os objetivos em menos tempo e ao menor custo possível. Para que isso ocorra, o quanto antes você começar, melhor.

⁶⁵ Fonte: <https://seucreditoonclick.com.br/educacao-financieira/modulo-2-orcamento-pessoal-ou-familiar/> Acesso em 25.05.18

ANEXO

O QUE É ORÇAMENTO?

continuação

IMPORTÂNCIA DO ORÇAMENTO

O orçamento financeiro pessoal oferece uma oportunidade para você avaliar sua vida financeira e definir prioridades que impactam sua vida pessoal. O orçamento vai ajudá-lo a:

- conhecer a sua realidade financeira;
- escolher os seus projetos;
- fazer o seu planejamento financeiro;
- definir suas prioridades;
- identificar e entender seus hábitos de consumo;
- organizar sua vida financeira e patrimonial;
- administrar imprevistos;
- consumir de forma contínua (não travar o consumo).

Resumindo: o orçamento é uma importante ferramenta para você conhecer, administrar e equilibrar suas receitas e despesas e, com isso, poder planejar e alcançar seus sonhos.

ELABORAÇÃO DO ORÇAMENTO

Um importante princípio a ser seguido na elaboração do orçamento é que as despesas não devem ser superiores às receitas. Mais do que isso, é prudente que as receitas superem as despesas, para que você possa formar uma poupança, investindo seu superávit financeiro de modo a ter recursos suficientes para eventuais emergências, realizar sonhos, preparar sua aposentadoria, etc.

$$\text{Receitas} - \text{Despesas} = \text{Poupança}$$

continua >

ANEXO

O QUE É ORÇAMENTO?

continuação

COMO ELABORAR UM ORÇAMENTO

Como iniciar?

O orçamento pessoal (ou familiar) deve ser iniciado a partir do registro de tudo que você (ou sua família) ganha e o que gasta durante um período, em geral um mês ou um ano. Para simplificar um pouco a linguagem, vamos tratar do orçamento pessoal, mas tudo que falarmos daqui em diante também vale para o orçamento familiar.

Na elaboração do orçamento é necessário organizar e planejar suas despesas, com o objetivo de gastar bem o seu dinheiro, suprir suas necessidades e ainda realizar sonhos e atingir metas, de acordo com as prioridades definidas.

O PROCESSO DE ELABORAÇÃO

Existe mais de uma maneira de elaborar um orçamento. Vamos sugerir um método que consiste em quatro etapas: planejamento, registro, agrupamento e avaliação.

1ª etapa: Planejamento

O processo de planejamento consiste em estimar as receitas e as despesas do período. Para isso, você pode utilizar sua rotina passada, elencando as receitas e as despesas passadas e usando-as como base para prever as receitas e as despesas futuras.

Veja, na sequência, algumas sugestões para auxiliá-lo nesta etapa. Diferencie receitas e despesas fixas das variáveis:

Receitas fixas – Como o próprio nome diz, são receitas que não variam ou variam muito pouco, como o valor do salário, da aposentadoria ou de rendimentos de aluguel.

Receitas variáveis – São aquelas cujos valores variam de um mês para o outro, como os ganhos de comissões por vendas ou os ganhos com aulas particulares.

Despesas fixas – São despesas que não variam ou variam muito pouco, como o aluguel, a prestação de um financiamento etc.

Despesas variáveis – São aquelas cujos valores variam de um mês para o outro, como a conta de luz ou de água, que variam conforme o consumo.

- Lembre-se dos compromissos sazonais: impostos, seguros, matrículas escolares etc.
- Utilize informações passadas de conta de luz, água, telefone etc.

continua >

ANEXO

O QUE É ORÇAMENTO?

continuação

2ª etapa: Registro

É necessário anotar, de preferência diariamente, para evitar esquecimentos, todas as receitas e despesas.

Para isso, aqui vão algumas sugestões.

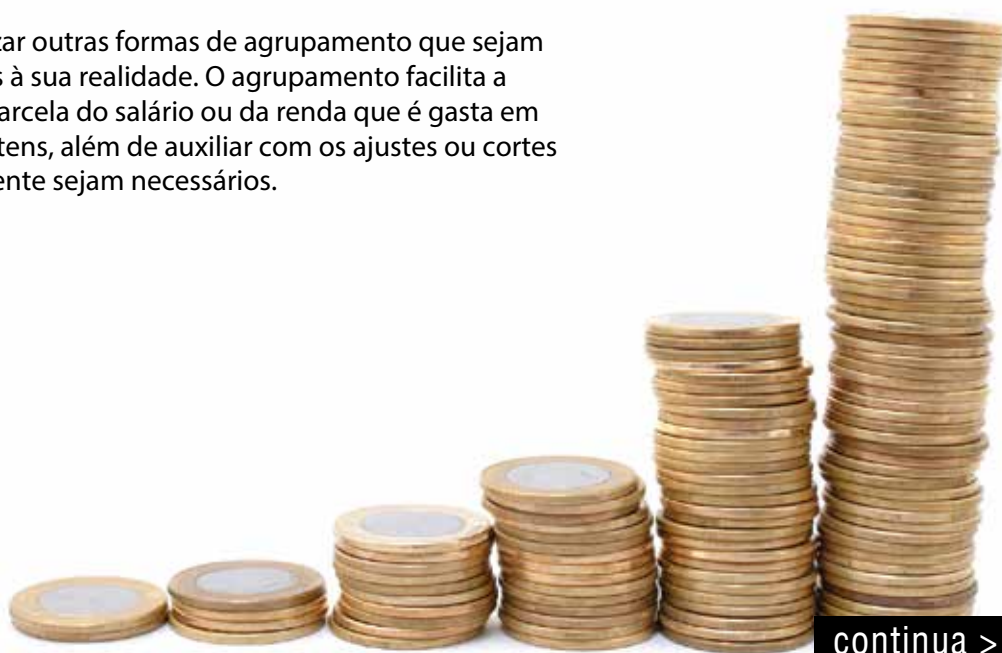
- Anote todos os gastos. Pode ser em uma caderneta, em uma agenda, no celular, no computador etc.
- Confira, se tiver, os extratos bancários e as faturas de cartões de crédito;
- Guarde as notas fiscais e os recibos de pagamento;
- Guarde os comprovantes de utilização de cartões (débito/crédito);
- Diferencie as várias formas de pagamentos e desembolsos, separando-as em dinheiro, débito e crédito.

3ª etapa: Agrupamento

Você perceberá que, com o tempo, as anotações serão muitas. Para que você as entenda melhor, agrupe-as conforme alguma característica similar. Por exemplo: despesa com alimentação, com habitação, com transporte, com lazer etc.

Essa não é a única forma de agrupar as despesas.

Você pode utilizar outras formas de agrupamento que sejam mais adequadas à sua realidade. O agrupamento facilita a verificação da parcela do salário ou da renda que é gasta em cada grupo de itens, além de auxiliar com os ajustes ou cortes que eventualmente sejam necessários.



VTUPINAMBA/ISTOCKPHOTO

continua >

ANEXO

O QUE É ORÇAMENTO?

continuação

4ª etapa: Avaliação

Nesta etapa, você vai avaliar como suas finanças se comportaram ao longo do mês e irá agir, corretiva e preventivamente, para que seu salário e sua renda proporcionem o máximo de benefícios, conforto e qualidade de vida para você.

Avaliar significa refletir. Portanto, sugerimos as seguintes reflexões.

- O balanço de seu orçamento foi superavitário, neutro ou deficitário? Ou seja, você gastou menos, o mesmo ou mais do que recebeu?
- Quais são seus sonhos e suas metas financeiras? Precisam de curto, médio ou longo prazo? São compatíveis com o seu orçamento? Tem separado recursos financeiros para realizá-los?
- É possível reduzir gastos desnecessários? Observe os pequenos gastos, pois a soma de muitos "poucos" pode ser bem relevante.
- É possível aumentar as receitas?

GESTÃO ORÇAMENTÁRIA

Devemos considerar que, no ponto de partida, o orçamento pode ser deficitário. Nesta situação, as despesas superam as receitas. Pode também ser neutro ou equilibrado, quando as despesas são iguais às receitas, ou superavitário, quando as receitas são superiores às despesas. A meta básica, entretanto, deve ser alcançar e manter um orçamento superavitário.

ORÇAMENTO RECEITA X DESPESA

DEFICITÁRIO $R < D$

NEUTRO $R = D$

SUPERAVITÁRIO $R > D$

META BÁSICA: RECEITA \geq DESPESA

Com o tempo, o orçamento ajuda as pessoas a serem superavitárias. Ou seja, o orçamento ajuda as pessoas a manterem suas receitas maiores que suas despesas. Esse é um dos objetivos básicos da boa gestão financeira pessoal.

continua >

ANEXO

O QUE É ORÇAMENTO?

continuação

SE, RECEITAS > DESPESAS, ENTÃO, OBJETIVO CUMPRIDO!!

Mas e quando você atingir esse grande objetivo? O que fazer com o superávit, ou seja, com esse dinheiro que sobrou?

A resposta é poupar e cultivar o hábito de fazer poupança regularmente.

Aliás, ao se tornar uma pessoa superavitária, a primeira coisa a fazer ao receber uma renda deve ser separar parte dela para poupança, antes mesmo de pagar qualquer despesa.

A poupança deve ser vista como um compromisso com você mesmo.

Antes de sair pagando suas dívidas e despesas, por que não se pagar primeiro?

Mas, infelizmente, essa não é a lógica da maioria das pessoas. O que acontece na prática? O dinheiro vai sendo usado durante o mês, e sobra pouco, ou quase nada, para poupar.

Esperar para poupar no final é pouco efetivo para investir e formar patrimônio.

PONHA EM PRÁTICA

- O orçamento é uma ferramenta valiosa para que você consiga gerenciar sua vida financeira.
- Crie o saudável hábito de fazê-lo. Você só tem a ganhar.
- Lembre-se da regra de ouro: o objetivo principal é ter orçamento superavitário. Mantenha as suas despesas sempre menores que as suas receitas. Em resumo, gaste menos do que você recebe.
- No início, caso experimente dificuldades em fazer o orçamento, não desanime. É normal termos dúvidas ao iniciarmos procedimentos novos.
- Lembre-se de que existem diversas ferramentas para você fazer e acompanhar seu orçamento. Desde as mais simples, como um pedaço de papel e um lápis, até as mais sofisticadas, como planilhas e programas de computador. Use aquela com a qual você se sente mais confortável.
- Após conseguir obter um orçamento superavitário, ou seja, gastar menos do que recebe, crie o hábito de fazer uma poupança, tanto para realização de seus sonhos como para ter segurança em situações imprevistas ou de emergência.

AULA	TEMA	EU E MEU DINHEIRO: NA PRÁTICA
6	OBJETIVO	■ Realizar com os estudantes um exercício de planejamento pessoal/familiar
TEMPO	ATIVIDADE	
15'	<p>INTRODUÇÃO</p> <p>Atividade: Repolho do Conhecimento</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Escrever os comandos abaixo, um em cada folha, depois amassá-las formando uma grande bola. (antecipadamente) <ul style="list-style-type: none"> ■ Parabéns, você ganhou um abraço da turma!!!! ■ Passe a bola para o terceiro colega a sua esquerda. ■ Qual a importância do planejamento financeiro para sua vida? ■ Devolva a bola a quem lhe entregou ■ Diga o nome de um de seus colegas e jogue a bola para ele ■ O que você aprendeu sobre despesas fixas e variáveis? ■ Comente sobre o diálogo: <p>Carlos</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Pô, cara. Quem tá precisando de um tênis sou eu, você já não tem vários? <p>Pedro</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Mas ESSE daqui eu não tenho e duvido que alguém vá estar usando um desses na festa. [...] ■ Explique para turma como é a sua relação com o dinheiro: NECESSIDADE ou DESEJO? ■ Passe a bola para o décimo colega a sua direita! ■ O que significa RECEITA em um contexto financeiro? ■ O que você entende por orçamento? <p>Obs: seguir a ordem dos comandos acima!</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Com a turma em círculo, colocar uma música animada e passar o “repolho” até a música parar. Quem tiver com a bola na mão, deve “descascar” a bola, retirando a primeira folha e seguir o comando. ■ Repetir a técnica até que as folhas se esgotem. 	
25'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Entregar para cada estudante duas folhas: uma representará as receitas e a outra as despesas. Pedir que, individualmente, cada um pense na realidade de sua casa/família e busque representar no papel: <ul style="list-style-type: none"> ■ Todos os ganhos (Receitas) - mensal ■ Todos os gastos (despesas) - mensal ■ Saldo = Receita - Despesas ■ Obs: Os valores não necessariamente devem ser reais. ■ Em seguida, solicitar a turma que organizem as despesas por categorias. ■ Ex: habitação, alimentação, educação, saúde, lazer... ■ Disponibilizar ao centro da sala papel crepom, em cinco cores distintas, onde cada cor deve representar um valor, conforme orientação abaixo: <ul style="list-style-type: none"> ■ Verde = R\$500,00 ■ Azul = R\$100,00 ■ Amarelo = R\$50,00 ■ Vermelho = R\$10,00 ■ Rosa = R\$5,00 <p style="text-align: right;">} Escrever legenda no quadro</p> <p>Obs.: Se não foi possível realizar a atividade com papel crepom, utilizar canetinhas e pedir que façam bolinhas conforme a orientação acima.</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Convidar a turma a mensurar os valores das receitas, utilizando o papel crepom da seguinte forma: recortar pequenas bolinhas e colar frente a receita. Ex: Se quero representar a receita de minha casa como sendo R\$1270,00 preciso colar 2 bolinhas verdes, 2 azul, 1 amarela e 2 vermelhas, na frente da receita (exemplo em anexo). ■ Orientar que utilizem a mesma técnica com as despesas, em cada categoria. 	

AULA	TEMA	EU E MEU DINHEIRO: NA PRÁTICA
6	OBJETIVO	■ Realizar com os estudantes um exercício de planejamento pessoal/familiar

continuação

TEMPO	ATIVIDADE
10'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Convidar estudantes que se sentirem à vontade para compartilharem suas produções. ■ Mostrar que, geralmente, são nas despesas variáveis que os ajustes são feitos para que haja um equilíbrio financeiro, tendo em vista que esse tipo de despesa vai crescer de acordo com a utilização. Se uso mais, gatos mais; se uso menos, gasto menos; se não uso, não gasto. ■ Fazer as pontuações necessárias com muito cuidado para não expor ou constranger o estudante frente ao grupo. <p>Obs: não é necessário colocar nome no material produzido.</p>







MATERIAL NECESSÁRIO

- Preparar a bola das perguntas antecipadamente para Atividade Repolho do Conhecimento.
- Levar os Dossiês para a próxima aula.

ORIENTAÇÕES

- Preparar a bola das perguntas antecipadamente para Atividade Repolho do Conhecimento.
- Levar os Dossiês para a próxima aula.


ANEXO
MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR
EXEMPLO

RECEITAS	SALÁRIO	
	VENDA NATURA	
DESPESAS	HABITAÇÃO	
	ALUGUEL	
	LUZ	
	TRANSPORTE	
	PRESTAÇÃO DA MOTO	
	COMBUSTÍVEL	
	SALDO = RECEITA - DESPESA	

AULA	TEMA	DOSSIÊ 6 - PLANEJAMENTO FINANCEIRO
7	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Fortalecer com os estudantes os conceitos trabalhados sobre orçamento ■ Promover com os grupos, a elaboração do planejamento financeiro das empresas fictícias

TEMPO	ATIVIDADE
15'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Pedir para que as equipes do Dossiê se reúnam e entregar um instrumental "Palavras Cruzadas" (anexo) para cada equipe, com o objetivo de reforçar o que vem sendo trabalhado nas aulas passadas sobre orçamento/planejamento financeiro. ■ Em seguida, fazer as correções necessárias, eliminando as possíveis dúvidas.
35'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Após a atividade de fortalecimento dos conceitos financeiros, entregar o instrumental "Planejamento Financeiro Empresarial" (anexo) para que as equipes possam preenchê-lo. ■ Atenção: entregar os Dossiês para que cada equipe possa reviver o que já foi produzido e, a partir daí, desenvolver o planejamento financeiro. ■ Passar nas equipes analisando as produções, incentivando, dando dicas e provocando-os.
5'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Após a atividade de fortalecimento dos conceitos financeiros, entregar o instrumental "Planejamento Financeiro Empresarial" (anexo) para que as equipes possam preenchê-lo. ■ Atenção: entregar os Dossiês para que cada equipe possa reviver o que já foi produzido e, a partir daí, desenvolver o planejamento financeiro. ■ Passar nas equipes analisando as produções, incentivando, dando dicas e provocando-os.

MATERIAL NECESSÁRIO

- Dossiês
- Instrumental "Palavras Cruzadas"
- Instrumental "Planejamento Financeiro Empresarial"

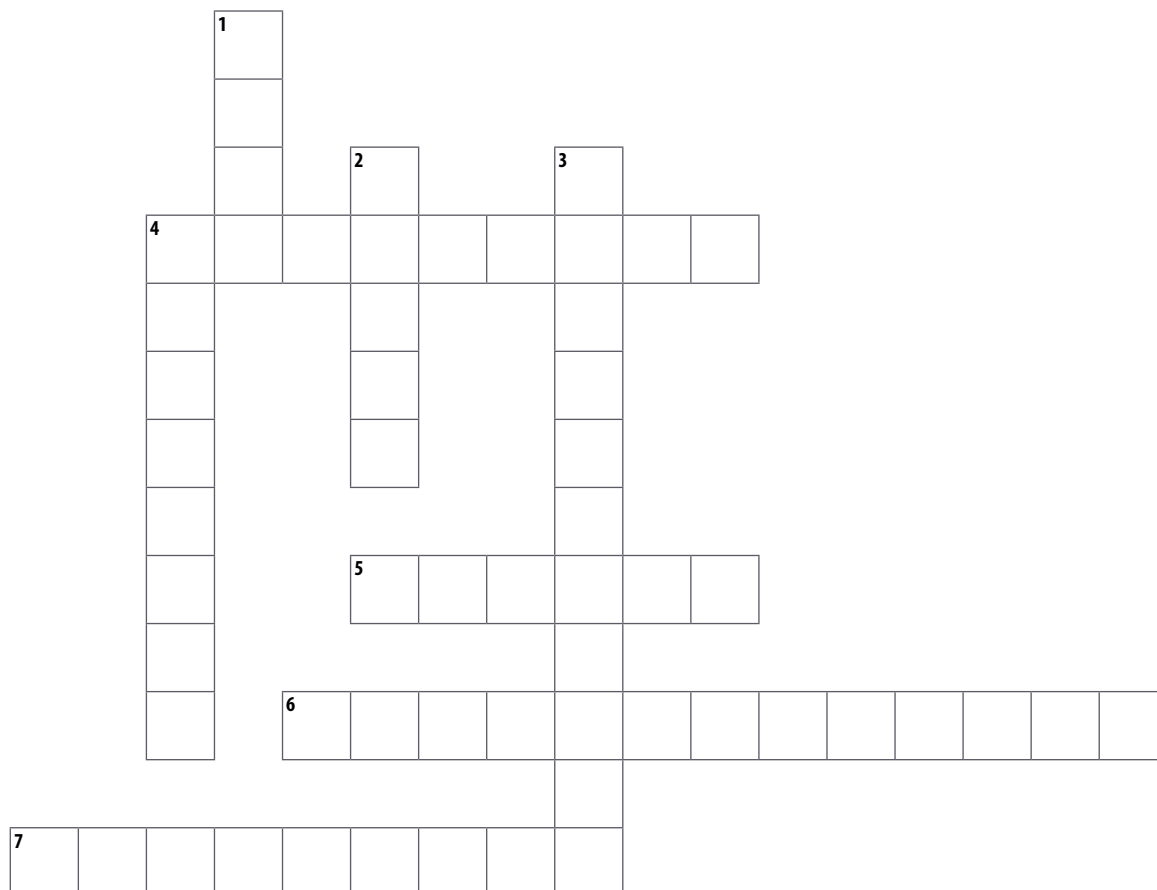
ORIENTAÇÕES

- Reservar a laboratório para a próxima aula.

ANEXO

ATIVIDADE

PALAVRAS CRUZADAS



HORIZONTAL

4. São aquelas despesas que variam de um mês para o outro
5. Quando seus ganhos são iguais aos seus gastos seu orçamento é...
6. Quando seus ganhos são maiores que seus gastos seu orçamento é...
7. Uma ferramenta de planejamento financeiro pessoal que contribui para a realização de sonhos e projetos

VERTICAL

1. O aluguel é considerado uma despesa...
2. Como o próprio nome diz, são receitas que variam muito pouco
3. Quando suas receitas são menores que suas despesas seu orçamento é...
4. Comissão por vendas é um tipo de ganho...



PLANEJAMENTO FINANCEIRO EMPRESARIAL

RECEITAS		VALOR - R\$
FIXAS		
	TOTAL=	R\$
VARIÁVEIS		
	TOTAL=	R\$
DESPESAS		VALOR - R\$
FIXAS		
	TOTAL=	R\$
VARIÁVEIS		
	TOTAL=	R\$
RECEITA - DESPESAS = R\$		

PROJEÇÕES DA ORGANIZAÇÃO

AULA	TEMA	PREPARAÇÃO PARA AS APRESENTAÇÕES
8	OBJETIVO	■ Estimular os grupos a sistematizar os aprendizados sobre planejamento financeiro

TEMPO	ATIVIDADE
5'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Iniciar a aula pedindo que as equipes se organizem de acordo com suas empresas já criadas. ■ Dizer que a aula de hoje será destinada à criação das apresentações.
35'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Entregar os dossiês para cada equipe e informar que nessa Culminância irão preparar uma reunião para seus funcionários, onde deverão apresentar o planejamento financeiro da empresa fictícia (já elaborado em aulas passadas) e sensibilizá-los quanto a questão orçamentária para que a empresa possa melhorar financeiramente e assim crescer. ■ Podem retirar informações do que foi aprendido durante as aulas e/ou complementar com outras pesquisas. ■ Isso significa que eles devem falar, durante a apresentação, como se estivessem falando com seus colaboradores. Os outros estudantes e professor devem ajudar para que fique o mais real possível (podem caracterizar o espaço, roupas etc). ■ Disponibilizar tempo para que as equipes preparem as apresentações ■ Passar nas equipes verificando como está o andamento das produções e ajudar quando necessário.

MATERIAL NECESSÁRIO
<ul style="list-style-type: none"> ■ Dossiê das equipes ■ Laboratório

ORIENTAÇÕES
<ul style="list-style-type: none"> ■ Reservar com antecedência o laboratório, caixa de som, projetor e outros materiais que as equipes irão utilizar no dia da Apresentação – Culminância 3 ■ Convidar previamente algum representante no núcleo gestor para prestigiar as apresentações.

AULA	TEMA	CULMINÂNCIA 3: APRESENTAÇÃO DO DOSSIÊ 6
9	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Compartilhar com a turma as produções realizadas ■ Prover suporte à simulação de uma apresentação para a equipe de trabalho da empresa fictícia

TEMPO	ATIVIDADE
10'	INTRODUÇÃO <ul style="list-style-type: none"> ■ Organizar o espaço de acordo com a necessidade das equipes e dividir o tempo de cada apresentação baseado no número de equipes.
30'	DESENVOLVIMENTO <ul style="list-style-type: none"> ■ Apresentação das empresas: Dossiê 6 ■ Fazer as devidas anotações para fundamentar as devolutivas, que acontecerão na aula seguinte.
10'	ENCERRAMENTO <ul style="list-style-type: none"> ■ Finalizar parabenizando as equipes pelos trabalhos apresentados e reforçar que na próxima aula serão dadas devolutivas mais específicas sobre as apresentações.

MATERIAL NECESSÁRIO

- Verificar com as equipes o material necessário (laboratório, caixa de som, etc)

ORIENTAÇÕES

- Reservar projetor e caixas de som, se for preciso.

AULA	TEMA	DEVOLUTIVAS SOBRE AS APRESENTAÇÕES E EXERCÍCIOS LÓGICOS										
10	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Realizar a devolutiva das apresentações da aula passada ■ Trabalhar com a turma o exercício lógico-matemático como ferramenta para solucionar problemas/situações 										
TEMPO	ATIVIDADE											
15'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Parabenizar a turma pelo empenho, pela coragem, pela dedicação e pelo exposto nas apresentações, levando em consideração que planejamento financeiro é um tema pouco abordado dentro do ambiente escolar. ■ Abrir espaço para que os estudantes compartilhem como foi a experiência de realizar um planejamento financeiro: dificuldades e avanços. ■ Realizar a devolutiva da apresentação do Dossiê levando em consideração os seguintes pontos: <ul style="list-style-type: none"> ■ Postura ■ Entonação de voz ■ Uso de gírias e vícios de linguagem ■ Trabalho em equipe: cooperação ■ Criatividade ■ Domínio do conteúdo ■ Material criado para apresentação ■ Destaques ■ Pontos que precisam evoluir 											
30'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Ressaltar que para se fazer um bom planejamento financeiro é importante ter uma lógica matemática bem desenvolvida, pois na hora de economizar, de poupar, de decidir como comprar ou como pagar, é preciso tomar decisões assertivas para garantir a saúde financeira. <p>Atividade: Lógico-Matemática</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Formar 6 equipes e entregar as questões lógico-matemáticas. Disponibilizar 15 minutos para a resolução, caso necessário, aumentar mais 5 minutos. ■ Após o término do tempo destinado à atividade, solicitar que cada equipe anote o gabarito e entregue ao professor. ■ Resolver no quadro as questões onde a turma apresentou mais dificuldade. 											
5'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Corrigir as respostas com base no quadro de pontuação abaixo: <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr> <td>Questão 1</td> <td>1 ponto</td> </tr> <tr> <td>Questão 2</td> <td>2 pontos</td> </tr> <tr> <td>Questão 3</td> <td>3 pontos</td> </tr> <tr> <td>Questão 4</td> <td>3 pontos</td> </tr> <tr> <td>Questão 5</td> <td>6 pontos</td> </tr> </table> <p>Obs: caso seja possível, levar algum prêmio para a equipe vencedora.</p>		Questão 1	1 ponto	Questão 2	2 pontos	Questão 3	3 pontos	Questão 4	3 pontos	Questão 5	6 pontos
Questão 1	1 ponto											
Questão 2	2 pontos											
Questão 3	3 pontos											
Questão 4	3 pontos											
Questão 5	6 pontos											

MATERIAL NECESSÁRIO

- 6 cópias da atividade Lógico- Matemático
- Lápis e borracha

ORIENTAÇÕES

- Levar as anotações feitas no dia da culminância.
- Se for possível providenciar premiação para motivar as equipes.

 **ANEXO****MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR****ATIVIDADE: RACIOCÍNIO
LÓGICO-MATEMÁTICO**

1 - Com 10 kg de trigo podemos fabricar 7kg de farinha. Quantos quilogramas de trigo são necessários para fabricar 28 kg de farinha?

2 - Em uma turma do curso de formação profissional formada de 50 rapazes e 50 moças, tem a seguinte estatística: 20% dos rapazes jogam futebol; 30% das moças jogam futebol. Logo, a porcentagem dos que não jogam futebol na turma é de:

3 - O preço de venda do produto "X" tem a seguinte composição: 60% referentes ao custo, 10% referentes ao lucro e 30% referentes aos impostos. Em decorrência da crise econômica, houve um aumento de 10% no custo desse produto, porém, ao mesmo tempo, ocorreu uma redução de 20% no valor dos impostos. Para aumentar as vendas do produto, o fabricante decidiu, então, reduzir seu lucro à metade.

É CORRETO afirmar, portanto, que, depois de todas essas alterações, o preço do produto sofreu redução de...

4 - No final do segundo semestre do ano passado, 40 acadêmicos participaram de uma pesquisa que objetivou analisar a frequência com que estes utilizaram o atendimento extraclasse do professor e/ou do monitor de uma determinada disciplina. Obteve-se o seguinte resultado: 20% dos acadêmicos procuraram atendimento tanto do professor quanto do monitor; 30% dos acadêmicos procuraram somente o atendimento do monitor; 15% dos acadêmicos não opinaram e 4 acadêmicos não procuraram atendimento do professor nem do monitor. Então o número de acadêmicos que procurou o atendimento somente do professor é igual a:

5 - Pedro recebeu um aumento de 10% e com isso seu salário chegou a R\$1.320,00. O salário de Sidnei antes do aumento era igual a?

continua >

ANEXO

MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR

ATIVIDADE RACIOCÍNIO LÓGICO-MATEMÁTICO - RESPONDIDO

continuação

GABARITO

1 - Com 10 kg de trigo podemos fabricar 7kg de farinha. Quantos quilogramas de trigo são necessários para fabricar 28 kg de farinha?

Regra de três simples: basta fazer as relações –

$$\begin{array}{r} 10\text{kg de trigo} \text{ ----} 7\text{kg de farinha} \\ T \quad \text{-----} 28\text{kg de farinha} \end{array}$$

Como as grandezas são diretamente proporcionais, basta multiplicar em cruz. Assim temos:

$$7 \times T = 10 \times 28 \rightarrow T = 40\text{kg de trigo}$$

2 - Em uma turma do curso de formação profissional COM.DOMÍNIO DIGITAL formada de 50 rapazes e 50 moças, tem a seguinte estatística: 20% dos rapazes jogam futebol; 30% das moças jogam futebol. Logo, a porcentagem dos que não jogam futebol na turma é de:

RAPAZES: $20\% \times 50 = 10$ rapazes que jogam futebol

MOÇAS: $30\% \times 50 = 15$ moças que jogam futebol

Diminuindo o número de rapazes e moças que jogam futebol, ficarão os jovens que não jogam futebol, ou seja, 75 jovens.

Dessa forma, somando a quantidade de jovens (rapazes e moças) temos um total de 100 jovens.

Como o total de jovens da turma é de 100 jovens \rightarrow 75 jovens que não jogam futebol representa quantos por cento do total da turma, 100 jovens?

$$R = 75/100 = 75\%$$

continua >

 **ANEXO****MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR**

ATIVIDADE RACIOCÍNIO LÓGICO-MATEMÁTICO - RESPONDIDO

continuação

3 - O preço de venda do produto "X" tem a seguinte composição: 60% referentes ao custo, 10% referentes ao lucro e 30% referentes aos impostos. Em decorrência da crise econômica, houve um aumento de 10% no custo desse produto, porém, ao mesmo tempo, ocorreu uma redução de 20% no valor dos impostos. Para aumentar as vendas do produto, o fabricante decidiu, então, reduzir seu lucro à metade.

É CORRETO afirmar, portanto, que, depois de todas essas alterações, o preço do produto sofreu redução de:

Devemos denominar um valor para o produto "X" - Exemplo: X= 100 Reais (para facilitar a visualização das porcentagens).

60 Reais representam os custos

10 Reais representa o lucro

30 Reais representam os impostos

Se os custos aumentaram 10 %, então: 10% de 60 reais é igual a 6 reais, assim o custo do produto passou de 60 para 66 reais.

Se houve uma redução de 20% dos impostos, então: 20% de 30 reais é igual a 6 reais, assim os impostos reduziram de 30 reais para 24 reais

Se o lucro reduziu a metade, então: o lucro deixou de ser 10 reais e passou a ser apenas 5 reais.

Somando os novos valores teremos: $66 + 24 + 5 = 95$ reais, tendo uma redução de 5 reais sobre o montante, que equivale a $5/100 = 5\%$.

continua >

ANEXO

MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR

ATIVIDADE RACIOCÍNIO LÓGICO-MATEMÁTICO - RESPONDIDO

continuação

4 - No final do segundo semestre do ano passado, 40 acadêmicos participaram de uma pesquisa que objetivou analisar a frequência com que estes utilizaram o atendimento extraclasse do professor e/ou do monitor de uma determinada disciplina. Obteve-se o seguinte resultado: 20% dos acadêmicos procuraram atendimento tanto do professor quanto do monitor; 30% dos acadêmicos procuraram somente o atendimento do monitor; 15% dos acadêmicos não opinaram e 4 acadêmicos não procuraram atendimento do professor nem do monitor. Então o número de acadêmicos que procurou o atendimento somente do professor é igual a:

Total de acadêmicos = 40

Procuraram professor e monitor $\rightarrow 20\% \times 40 = 8$ acadêmicos

Procuraram somente o monitor $\rightarrow 30\% \times 40 = 12$ acadêmicos

Não opinaram $\rightarrow 15\% \times 40 = 6$ acadêmicos

Não procuraram nem o professor nem o monitor $\rightarrow 4$ acadêmicos

Sabendo que são 40 acadêmicos e que dentro das alternativas descritas só foram mencionados 30 acadêmicos ($8+12+6+4$), concluímos que o número de acadêmicos que procuraram somente o professor é igual a 10, baseado na diferença $40-30=10$.

R=10 acadêmicos

5 - Sidnei recebeu um aumento de 10% e com isso seu salário chegou a R\$1.320,00. O salário de Sidnei antes do aumento era igual a?

Denominaremos o salário de "S"

$$S + 0,1S = 1320$$

Assim, $1,1S = 1320 \rightarrow S = 1320/1,1 = 1200$

4º BIMESTRE



DISTRIBUIÇÃO DAS AULAS

EEEEP

1º SÉRIE

4º BIMESTRE

AULA	CONTEÚDOS / AULAS	CARGA HORÁRIA
1	MOTIVAÇÃO E AUTOCONHECIMENTO	50'
2	CRIATIVIDADE	50'
3	EMPREENDEDOR CORPORATIVO/INTRAEMPREENDEDOR	50'
4	ATENDIMENTO AO CLIENTE	50'
5	VOCÊ SERIA SEU PRÓPRIO CLIENTE?	50'
6	DOSSIÊ 7 - AVALIANDO E PRATICANDO O ATENDIMENTO	50'
7	PREPARAÇÃO PARA AS APRESENTAÇÕES DAS EMPRESAS	50'
8	CULMINÂNCIA 4 - APRESENTAÇÃO DOS DOSSIÊS 7	50'
9	RECORDAR É VIVER	50'
10	RITO FINAL	50'

CARGA HORÁRIA TOTAL DO 4º BIMESTRE

10h/a

AULA	TEMA	MOTIVAÇÃO E AUTOCONHECIMENTO
1	OBJETIVO	■ Possibilitar um espaço de reflexão sobre autoconhecimento e as motivações pessoais e profissionais de cada estudante

TEMPO	ATIVIDADE
10'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Iniciar a aula com a seguinte frase: “Quem tem um porquê, enfrenta qualquer coisa.” (Viktor Frankl⁶⁶). Pedir que alguns voluntários comentem o que entendem dessa frase. Perguntar: <ul style="list-style-type: none"> ■ Vocês já pararam para pensar o que os motiva a levantar cedo todos os dias? ■ O que essa pergunta tem a ver com a frase que acabamos de comentar? ■ Aguardar as considerações e complementar dizendo que todas as pessoas precisam ter em mente seu objetivo pessoal e profissional, a sua motivação em acordar todos os dias e enfrentar tudo o que for necessário. Isso é importante para conseguir manter-se motivado e seguir em frente.
35'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <p>Atividade: Eu, por mim mesmo!</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Entregar instrumental (anexo) e pedir que cada um preencha individualmente. Após o preenchimento, solicitar que se reúnam em quartetos para compartilharem suas respostas e discutirem sobre os seguintes pontos: <ul style="list-style-type: none"> ■ Foi fácil ou difícil fazer essa atividade? ■ Que pergunta você demorou mais para responder? ■ Foi fácil identificar o que gosta? ■ Qual a relação dessa atividade com suas motivações pessoais e profissionais? ■ Pedir que um representante de cada quarteto comente de forma breve o que foi discutido. ■ Ampliar a discussão com a leitura dialogada do texto “Autoconhecimento, Motivação e Mudanças”, abrindo para comentários.
5'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Finalizar a aula pedindo que alguns voluntários completem a frase: A partir dos aprendizados de hoje, me sinto motivado a...

MATERIAL NECESSÁRIO

- Instrumental: Eu por mim mesmo!
- Texto: Autoconhecimento, Motivação e Mudança

⁶⁶ Viktor Emil Frankl foi um médico psiquiatra austríaco, fundador da escola da logoterapia, que explora o sentido existencial do indivíduo e a dimensão espiritual da existência. Fonte: https://pt.wikipedia.org/wiki/Viktor_Frankl

AUTOCONHECIMENTO, MOTIVAÇÃO E MUDANÇAS ⁶⁷

É muito antiga a proposta de o homem buscar se conhecer melhor, de alcançar a plenitude do Si — a harmonia do eu profundo em relação à sua realidade. Ficou célebre a frase esculpida no templo de Apolo: “Conhece-te a ti mesmo”.

Veja que hoje, com todo o avanço tecnológico, toda a ciência, o homem ainda carece da ciência de si mesmo. A infelicidade por não estar onde gostaria de estar, por fazer o que não lhe satisfaz, por pretender ser o que efetivamente ainda não é, responde por uma parcela surpreendente de insucessos na vida das pessoas, no ambiente de trabalho, no ambiente social, etc.

Muitas das causas de falta de comprometimento no trabalho, o desânimo no atendimento aos clientes e nas relações em geral estão assentadas no próprio indivíduo e na sua relação consigo mesmo. O mundo atual se apresenta desafiador como nunca. A nova realidade social exige profissionais criativos, entusiastas, otimistas, amorosos, humanitários e competentes para lidar com gente, para transpor obstáculos vencendo desafios.

Nesse contexto, temos outro aspecto de suma relevância: a **motivação**. Muitas são as teorias sobre motivação permitindo-nos abordagens a partir de diversos ângulos. Entretanto, há um fator subjacente a todas elas: ninguém motiva ninguém.

Motivação é uma força, uma energia que nos impulsiona na direção de alguma coisa. É, portanto, absolutamente intrínseca à criatura, isto é, está dentro de nós, nasce de nossas necessidades interiores e não pode ser encontrada fora de nós.

“Então, não podemos fazer nada pelos outros da nossa equipe?”, perguntaria um líder, com preocupação. Sim, pode-se fazer. Podemos incentivar os outros para que busquem, compreendam e acionem essa energia interior.

Autoconhecendo-se, o homem descobre os seus motivos, as suas reais aspirações e é capaz de avaliar se o que está fazendo agora no trabalho, na vida em geral, é compatível com o que interiormente almeja.

Faça um pequeno teste. Identifique aquelas pessoas do seu convívio que, na sua opinião, são ótimas profissionalmente, no mais amplo aspecto — não apenas técnico-científico, mas também emocional, integral.

⁶⁷ Fonte: Extraído e adaptado do material didático da Escola Social do Varejo, 2012

 ANEXO

AUTOCONHECIMENTO, MOTIVAÇÃO E MUDANÇAS

continuação

Pergunte a elas sobre o que as motiva, por que são otimistas, entusiastas, por que desempenham tão bem o seu papel. Provavelmente você descobrirá, primeiro, que esses profissionais têm problemas semelhantes aos seus ou maiores e, segundo, que eles simplesmente amam o que fazem, ou seja, possuem uma sintonia fina entre o que fazem e o que interiormente aspiram.

O autoconhecimento não para por aí. Autoconhecendo-se, o homem se autodescobre e, conseqüentemente, é também capaz de conhecer o outro. Não é possível alguém compreender o outro se não compreender a si mesmo. Mas e a mudança? É possível mudar, construir novos valores, novas aspirações, que nos levem a novas motivações?

Embora muitos rejeitem a mudança, ela é inerente à natureza humana e à própria vida. Tudo muda, das partículas subatômicas aos astros celestes. Tudo no universo é energia e dinamismo. Então, o que nos bloqueia? Muitos fatores. Um dos principais é a nossa visão do ser e do estar. Alguns dizem “eu sou assim”, quando o mais correto seria dizer “eu estou assim, mas posso estar diferente se o desejar”.

O comportamento não é algo genético, como a cor dos olhos. É algo que se muda, que se melhora, caso se deseje. Mas tem que ser algo de dentro pra fora, porque ninguém muda ninguém.

O momento é de transformações, de mudanças grandes nos costumes, nos sistemas de trabalho, nos modelos sociais, nas suas relações consigo mesmo e com os outros. Um mergulho interior trará luzes para a compreensão e o estabelecimento de um novo homem, consciente dos seus valores, das suas atitudes, dos seus motivos. Um homem integral!

Lembre-se: mudança de consciência — a gênese da qualidade.

INSTRUMENTAL EU, POR MIM MESMO!



1	Qual atividade mais gosto de fazer no meu tempo livre?	
2	O que verdadeiramente me faz feliz?	
3	Quais os meus dons, talentos e habilidades?	
4	O que mais me motiva nos estudos?	
5	O que mais me motiva em um trabalho?	
6	Qual meu estilo preferido de música?	
7	Qual minha principal qualidade?	
8	Uma característica ou hábito meu que mudou com o passar dos anos	

AULA	TEMA	CRIATIVIDADE
2	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Provocar o grupo a pensar sobre a criatividade e sua importância no contexto social, relacional e do trabalho.

TEMPO	ATIVIDADE
15'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Iniciar a aula pedindo que os estudantes fiquem de pé em círculo no centro da sala. Espalhar as letras da palavra CRIATIVIDADE (anexo). Informar que aquelas letras estão todas misturadas e que juntas formam uma palavra. A proposta é que eles tentem descobrir o tema da aula juntando as letras e encontrando a palavra. ■ Após concluírem, parabenizá-los (palmas) e pedir que fixem a palavra no quadro. Iniciar então a reflexão: <ul style="list-style-type: none"> ■ O que é criatividade? ■ Todas as pessoas têm a capacidade de serem criativas? ■ O que fazer para ser mais criativo? ■ A medida que for fazendo as perguntas, ir anotando as ideias centrais e fazendo as considerações ampliando a discussão. Importante destacar que a criatividade é uma habilidade que pode ser desenvolvida, desde que se cultive alguns hábitos. No mundo do trabalho ela também aparece de forma mais evidente em algumas profissões, como no marketing, mas ela é importante em todas, pois possibilita descobrir maneiras diferentes de fazer a mesma coisa sendo mais eficaz. ■ Perguntar então: <ul style="list-style-type: none"> ■ Como está a sua criatividade?
25'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Dizer para a turma que agora é hora de colocar em prática a CRIATIVIDADE. <p>Atividade: Jogo do Inexistente</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Solicitar que se reúnam nas equipes das empresas fictícias e pensem em 3 coisas/objetos que são muito importantes para a sua empresa e listem em um papel. Após concluírem, pedir para riscarem o item 3 da lista, como se ele não existisse. Agora a proposta é que a equipe repense a sua empresa de forma criativa sem esse item 3 que riscou. Dizer que essa é uma técnica utilizada para despertar a criatividade, o <i>Jogo do Inexistente</i>. Mãos à obra! ■ As equipes terão 10 minutos para pensarem em uma solução tornando seu negócio criativo e inovador, e depois apresentar para o grupo. A apresentação também deve ser criativa e cada equipe tem 2 minutos. ■ Após as apresentações, parabenizar as equipes e reforçar a importância de exercitar a criatividade, seja na vida profissional ou em situações mais comuns do dia a dia. Ressaltar que, quem busca resolver os desafios com criatividade tem um grande diferencial competitivo – e essa foi a proposta no <i>Jogo do Inexistente</i>. A dica então é praticar sempre!
10'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Finalizar convidando o grupo a formar um círculo. ■ Dizer que cada um deve falar uma palavra que será complementada pela pessoa que está à sua direita até formar uma frase que represente o pensamento da turma em relação aos aprendizados sobre criatividade. Exemplo: 1-Nós; 2-hoje; 3-estudamos; 4-sobre; 5-criatividade... ■ Lembrar que deve ser feito em um ritmo acelerado.

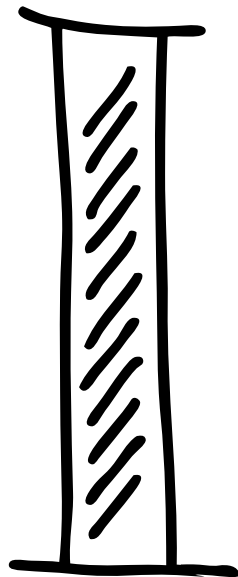
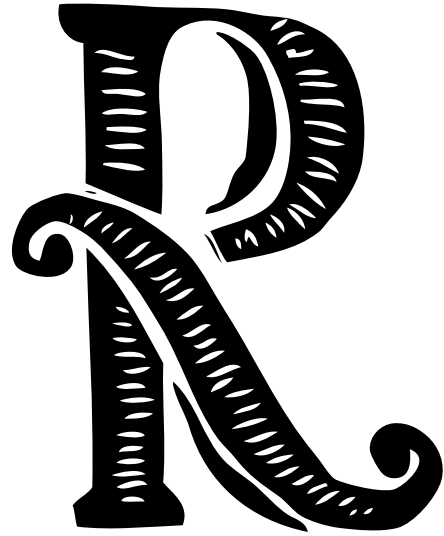
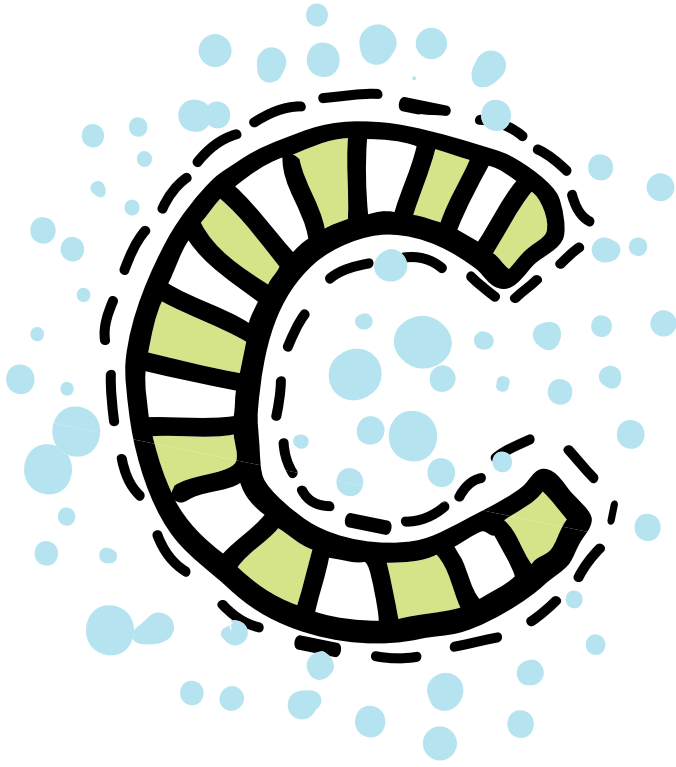
MATERIAL NECESSÁRIO

- Letras da palavra CRIATIVIDADE

ORIENTAÇÕES

- Fazer leitura do texto “O que é criatividade” e assistir a Mídia: <https://www.youtube.com/watch?v=BtgnozUgc58> para fundamentar a discussão com os estudantes. (material de suporte do professor).

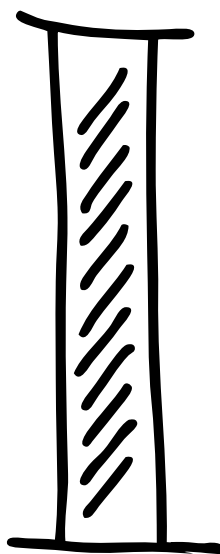
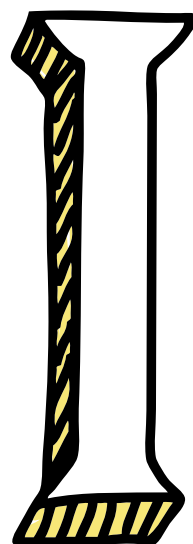
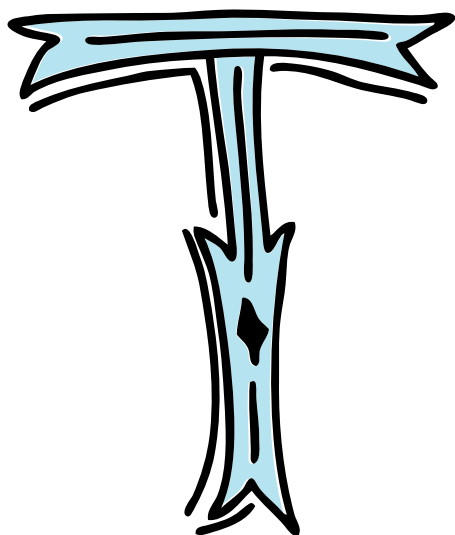
LETRAS DA PALAVRA CRIATIVIDADE



ANEXO

LETRAS DA PALAVRA CRIATIVIDADE

continuação

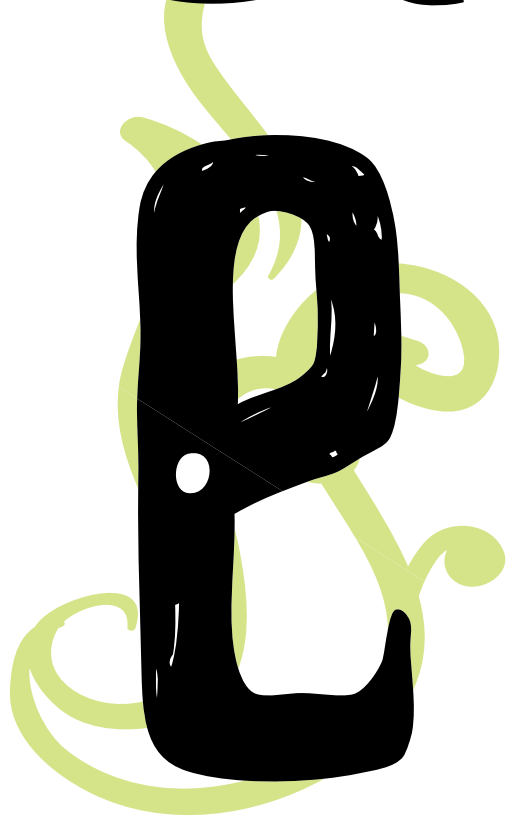
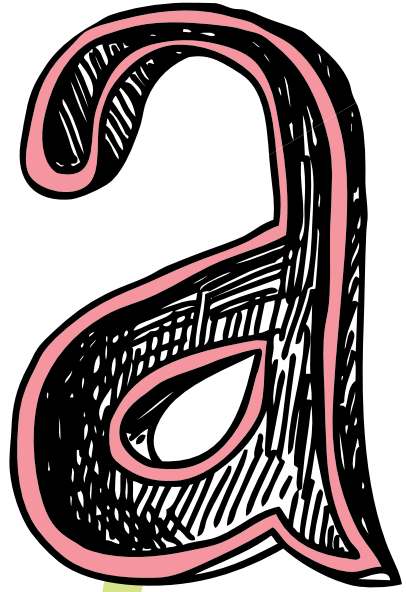


COUJUNO >

 ANEXO

LETRAS DA PALAVRA CRIATIVIDADE

continuação



ANEXO

MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR

O QUE É CRIATIVIDADE ⁶⁸

Hoje se fala muito em criatividade, em ser mais criativo ou usar a criatividade como fator de diferenciação no mercado. Isso porque a criatividade é um elemento essencial no contexto do trabalho, em todas as áreas. Nas empresas, os funcionários criativos são muitas vezes recompensados, porque conseguem pensar em soluções eficazes para diversos problemas. A criatividade frequentemente resulta em soluções que permitem à empresa economizar ou criar produtos que aumentam o seu lucro.

MAS AFINAL DE CONTAS, O QUE É CRIATIVIDADE?

Quando alguém afirma querer descobrir como aumentar a criatividade, está, na verdade, procurando por:

- Encontrar uma solução para um problema.
- Descobrir maneiras diferentes de fazer a mesma coisa.
- Inventar um novo uso para algo já existente.
- Produzir mais usando menos recursos financeiros, de energia ou tempo.

Os benefícios trazidos pela criatividade são tão desejados porque é através da criação que evoluímos. Imagine se até hoje o sistema de esgoto não tivesse sido criado? Ou onde estaríamos em termos de desenvolvimento se alguém não tivesse descoberto a roda? Como seria nossa sociedade hoje sem essas e tantas outras invenções, frutos de mentes criativas e inovadoras?

A criatividade não é só encontrada nas artes, mas também na política, na ciência e na sociedade como um todo, desde que resulte em algo novo e útil. Não necessariamente significa criar alguma coisa do zero, muitas vezes significa inovar, ou seja, melhorar alguma coisa já existente.

Apesar da imaginação rolar solta durante nossa vida, nem todo pensamento será produtivo ou criativo, mas todas as pessoas podem ser criativas – criatividade é uma habilidade que pode ser desenvolvida.

⁶⁸ Fonte adaptada dos sites: <https://viverdeblog.com/aumentar-a-criatividade/> <https://www.significados.com.br/criatividade/> Acesso em 30.07.2018

continua >

ANEXO

MATERIAL DE SUPORTE PARA O PROFESSOR

O QUE É CRIATIVIDADE

continuação

É importante então prestar atenção a certos padrões em seu comportamento. Quando estiver vivendo um momento criativo, tentar perceber e até anotar que tipo de emoção está presente. Alegria? Tranquilidade? Euforia?

O mesmo vale para os momentos de queda de criatividade. O cansaço está tomando conta? Ou quem sabe você está estressado e preocupado com alguma outra questão?

Cada um reage de uma maneira, portanto para aumentar a criatividade é preciso entender como nascem seus pensamentos criativos para se colocar naquele estado sempre que precisar criar.

Através da imaginação surge o pensamento criativo. Ele pode ser proposital, quando você se esforça para encontrar uma ideia que terá um propósito ou isso pode aparentemente acontecer "acidentalmente", um tipo de "momento Eureka". Só que não se engane: uma boa ideia nunca irá surgir em sua mente sem querer, apesar de parecer que sim. Na verdade, esse momento "Eureka" não existe!

Para saber como aumentar a criatividade, é preciso ter uma vasta bagagem de referências. Por isso que ler, ver filmes, ouvir músicas, observar pessoas ou qualquer outra atividade de pesquisa é tão importante para gerar boas ideias. E não só investir em referências da sua própria área de atuação. Se você só consome conteúdos de um mesmo assunto, suas ideias serão sempre as mesmas.

As informações que absorvemos precisam de um certo tempo para serem processadas. O chamado período de incubação. O cérebro precisa de um tempo para processar e armazenar as referências que você coleta no dia-a-dia. Esse não é um processo imediato.

É por isso que muitas vezes temos ideias antes de pegar no sono ou durante o banho. É o momento que nossa mente está mais relaxada e, portanto, mais disposta a trazer pensamentos do subconsciente para o consciente.

Na verdade, estava tudo ali guardado, só esperando a hora certa para aparecer.

ANEXO

CASO 3M ⁶⁹



Um cientista da 3M, o Dr. Spencer Silver, estava tentando criar um adesivo resistente o suficiente para usar na indústria aeroespacial. No entanto, acidentalmente, criou um adesivo muito fino e leve que não deixava rastros nas superfícies onde era colocado mas que mantinha, de uma forma ou de outra, o seu aspecto inicial. O produto parecia útil, mas o problema é que isso não respondia ao objetivo principal do projeto. Como não respondia ao objetivo principal do projeto a ideia foi metida numa gaveta.

A procura pela inovação estava presente na cultura da organização e por isso o Dr. Silver comunicou a outros departamentos essa mesma descoberta e lançou um desafio para se arranjar uma aplicação para aquele novo material. Esse dia chegou quando outro cientista da 3M, Art Fry, decidiu usar esse novo material como marcador de página e mais tarde como porta-recados ou transmissores de ideias. É assim que surge o "Post-It". Uma ideia levou à outra. Começou numa pessoa que não viu a essência da ideia, mas outra pessoa percebeu a sua aplicabilidade e o seu potencial valor.

Este é um daqueles exemplos onde o Intraempreendedorismo acontece sem ser planejado. Surge mais como resultado de uma sucessão de acontecimentos aleatórios do que propriamente de algo minimamente estruturado mas que só surge porque a política da empresa estava inteiramente centrada na inovação.

⁶⁹ Fonte: <https://www.hugoalexandretrindade.com/6-exemplos-de-intra-empendedorismo/> Acesso em 30.07.2018

TEXTO**INTRAEMPREENDEDORISMO** ⁷⁰

Gustavo Periard

A concorrência entre as empresas nos dias de hoje tem aumentado a uma velocidade incrível. Todos os dias entram no mercado centenas de novas empresas, boa parte delas cheias de novas ideias, empreendedores dedicados e muito dinheiro para investir. Uma combinação perigosa para empresas estagnadas, burocráticas e que não cultivam novas ideias.

Por isso, as organizações buscam colaboradores que possam oferecer um “algo mais” para elas, pessoas dedicadas que trabalhem como verdadeiros sócios do negócio. Que ofereçam opções diferenciadas de investimento para novos negócios, tornando a empresa ainda mais competitiva no médio e longo prazos. Este modelo de colaborador é chamado de intraempreendedor.

O QUE É O INTRAEMPREENDEDORISMO?

É uma modalidade de empreendedorismo praticado por funcionários dentro da empresa em que trabalham. São profissionais que possuem uma capacidade diferenciada de analisar cenários, criar ideias, inovar e buscar novas oportunidades para estas empresas. São eles que ajudam a movimentar a criação de ideias dentro das organizações, mesmo que indiretamente.

Este tipo de colaborador tem sido muito valorizado pelas empresas, principalmente por agregarem valor ao trabalho final executado pela organização. Eles são procurados pelas empresas de recrutamento com uma frequência cada vez maior, ocupando espaços importantes nas grandes corporações em todo o mundo.

QUAIS SÃO AS CARACTERÍSTICAS DO INTRAEMPREENDEDOR?

Este tipo de profissional lida muito bem com a busca pelo novo, sem medo dos riscos que possam ocorrer, por gerar uma ideia e compartilhá-la com seus superiores. Ele está focado na melhora contínua de seu setor, departamento ou mesmo de toda a empresa, dependendo da abrangência que sua ideia possa ter. Ele tem uma certa facilidade em descobrir oportunidades ocultas.

⁷⁰ Fonte: <http://www.sobreadministracao.com/intraempreendedorismo-guia-completo/> Acesso em 30.07.2018

ANEXO

TEXTO

INTRAEMPREENDEDORISMO

Gustavo Periard

continuação

A inquietação de quem está sempre inconformado com a situação atual é característica inerente de todo intraempreendedor. Ele busca se capacitar cada vez mais para superar os desafios que lhe são apresentados. É, acima de tudo, ousado e bastante criativo. São algumas características associadas a esse perfil:

- Paixão pelo que faz
- Sempre atento às novas ideias
- Simula erros e riscos
- Descobre oportunidades ocultas
- Multidisciplinaridade
- Persistente, dedicado
- Autoconfiante, decide por conta própria
- Proativo, inovador.

Além de todas estas características, o fundamental é o espírito empreendedor. O que nos faz lembrar que a grande maioria destes colaboradores empreendedores não tem o mesmo interesse em abrir um negócio, como os demais, por exemplo. Para ele, colaborar com a empresa, ter bons salários e elevar o seu nome dentro da organização são objetivos tão importantes quanto ter sua própria empresa.

COMO INCENTIVAR O APARECIMENTO DOS INTRAEMPREENDEDORES?

Para poder contar com um profissional com estas características, é necessário que a empresa crie condições para que ele se desenvolva naturalmente. Porém, isto não é uma tarefa nada fácil. A alta administração precisa estar disposta a abrir mão da sua rigidez e do conservadorismo nos processos de tomada de decisão, permitindo que seus colaboradores opinem e sugiram melhorias.

Talvez o fato mais importante neste processo seja a compreensão por parte dos “chefes” de que estes profissionais podem, em algumas situações, ser melhores que eles. A alta gerência precisa enxergar os intraempreendedores como um ativo de luxo para a empresa e não um concorrente que precisa ser tolhido. Porém, sabemos como é difícil esta convivência nas organizações hoje. Neste caso, uma liderança descentralizadora é ideal para o surgimento dos novos intraempreendedores.

AULA	TEMA	EMPREENDEDOR CORPORATIVO / INTRAEMPREENDEDOR
3	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Discutir com a turma o significado de empreendedorismo corporativo ■ Fomentar nos estudantes o desenvolvimento das características empreendedoras

TEMPO	ATIVIDADE
20'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Dividir a turma em equipes de 5 e entregar o caso 3M (anexo) para análise. ■ Pedir que leiam atentamente, grifem as partes que mais chamaram atenção e ressaltem quais característica se destacam nos profissionais da 3M. ■ Solicitar que as equipes compartilhem suas percepções. ■ Em seguida, reforçar que essas características são inerentes a um empreendedor corporativo, mais conhecido como intraempreendedor. <p>Perguntar:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Já ouviram falar nesse termo? ■ Sabem o que significa?
20'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Realizar a leitura dialogada do texto "Intraempreendedorismo" (anexo). ■ Fazer uma conexão do texto com as características mencionadas na atividade de introdução.
10'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Em círculo, pedir que cada um reflita e se posicione: Que atitude empreendedora posso agregar às competências que já desenvolvi? ■ Concluir refletindo que empreender vai além de montar seu próprio negócio, empreender é atitude, e isso você pode incorporar às suas competências e habilidades, e pôr em prática em qualquer organização.

MATERIAL NECESSÁRIO

- Estudo de Caso 3M
- Texto "Intraempreendedorismo"

AULA	TEMA	QUALIDADE NO ATENDIMENTO AO CLIENTE
4	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Refletir com o grupo sobre o conceito de atendimento de qualidade ■ Possibilitar que os estudantes compreendam o que deve ser evitado em um atendimento

TEMPO	ATIVIDADE
10'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Provocar os estudantes: <ul style="list-style-type: none"> ■ Alguém já foi bem atendido? Compartilhe. ■ Quem já foi mal atendido e gostaria de compartilhar essa experiência? ■ O que é um atendimento de qualidade? ■ O que deve existir em um atendimento de qualidade? ■ Convidar a turma a refletir sobre o que representa um atendimento de qualidade para um cliente que está em uma loja de produtos eletrônicos. Como deveria ser? ■ Espera-se que saiam pontos como os listados abaixo: <ul style="list-style-type: none"> ■ Vendedor com conhecimento técnico sobre o produto ■ Vendedor com linguagem simples para transmitir os conhecimentos técnicos ■ Loja climatizada ■ Estacionamento (dificuldade de estacionar na grande maioria dos municípios cearenses) ■ Preço competitivo ■ Facilidade no pagamento (parcelamento) ■ Garantia dos produtos pela loja ■ Produtos de qualidade (durabilidade) ■ Tratamento cordial e educado ■ Banheiro para os clientes ■ Ressaltar que alguns elementos mencionados têm a ver com infraestrutura e outros com capital humano.
35'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Apresentar o PPT "Qualidade no atendimento ao cliente", buscando contextualizar os pontos mencionados nos slides com a realidade. ■ Exemplificar com situações já vividas e abrir espaço para que os estudantes compartilhem suas vivências sobre o assunto.
5'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Em círculo, solicitar que os estudantes digam o que foi mais significativo na aula de hoje. ■ Encerrar dizendo que o atendimento é primordial para o sucesso de qualquer organização, pois o que vem diferenciando uma empresa de outra são as relações, é o trato e o zelo pelas pessoas, é o atendimento!

MATERIAL NECESSÁRIO

- PPT "Qualidade no atendimento ao cliente"

ORIENTAÇÕES

- Estudar antecipadamente o PPT e identificar situações do cotidiano para compartilhar com a turma.

AULA	TEMA	VOCÊ SERIA SEU PRÓPRIO CLIENTE?
5	OBJETIVO	■ Fortalecer no grupo a compreensão da importância do atendimento para atrair e fidelizar clientes

TEMPO	ATIVIDADE
5'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Retomar com os estudantes, rapidamente, o que foi trabalhado na aula passada sobre o tema qualidade no atendimento. Pedir que ressaltem o que é importante e o que é preciso evitar em um atendimento.
35'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Atividade: Atendimento na prática ■ Convidar cinco voluntários para incorporarem cinco clientes com características próprias: <ul style="list-style-type: none"> ■ Voluntário 01: cliente indeciso ■ Voluntário 02: cliente questionador ■ Voluntário 03: cliente pão-duro ■ Voluntário 04: cliente mal-educado/estressado ■ Voluntário 05: cliente insatisfeito-irônico <p>Observação: Somente o voluntário poderá saber qual característica deverá apresentar no momento do atendimento e o produto que busca no mercado (ver no tópico a seguir).</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Convidar também mais cinco voluntários para incorporarem o papel de vendedor de um produto específico: <ul style="list-style-type: none"> ■ Vendedor 01: apresentar diferentes celulares ■ Vendedor 02: vender uma caneta mágica ■ Vendedor 03: vender um ar-condicionado no inverno ■ Vendedor 04: vender roupas da moda ■ Vendedor 05: vender um suco-verde ■ Cada dupla (vendedor-cliente) terá no máximo 05 minutos para apresentar sua situação. ■ Ao final de todas as apresentações, pedir à turma que compartilhe suas percepções em cada atendimento, citando o que considera positivo e negativo em cada abordagem realizada pelos vendedores.
10'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Reproduzir o vídeo “10 dicas para começar bem”, em seguida reforçar a frase: “Consumidor é aquele que tem necessidade. Cliente é aquele que tem suas necessidades atendidas” Paulo Eduardo Dubiel – (Executivo, especialista em gestão de marketing e negócios. Profissional atuando como publicitário e gestor de marketing e negócios, há 25 anos gerando soluções comerciais e empresariais).

MATERIAL NECESSÁRIO

- Projetor e Som
- Papel A4, cartolina, tarjetas, pinceis
- Canetinhas, revista, cola
- Vídeo: “10 dicas para começar bem”
- <https://www.youtube.com/watch?v=Ihv9rlxTdEI>

ORIENTAÇÕES

- Reservar os equipamentos de projeção e som

AULA	TEMA	DOSSIÊ 7: AVALIANDO E PRATICANDO O ATENDIMENTO
6	OBJETIVO	■ Retomar com a turma a construção do dossiê, agregando aspectos relacionados à qualidade no atendimento ao cliente.

TEMPO	ATIVIDADE
20'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Iniciar a aula relembando a importância da qualidade no atendimento em qualquer empresa, independente do seu ramo de atividade, para que ela permaneça e cresça no mercado que é tão competitivo. ■ Lembrar que há duas aulas, eles falaram sobre satisfação em atendimento. Pedir que relembrem situações, como consumidores, onde ficaram insatisfeitos ao adquirir algum produto ou serviço e o que fizeram. Abrir espaço para 2 ou 3 voluntários participarem com exemplos, trazendo: <ul style="list-style-type: none"> ■ situação, ■ como a empresa buscou solucionar ■ como se sentiu após o ocorrido ■ Refletir com os estudantes as situações, gerando um debate em que juntos avaliem se a solução da empresa foi ou não satisfatória e que impactos um atendimento (positivo ou negativo) pode trazer para o negócio. ■ Após a reflexão, dizer que todas as empresas podem receber uma reclamação, mesmo as que possuem funcionários treinados e alto padrão de qualidade... e a empresa deles não é diferente! ■ A aula de hoje será destinada à preparação para o último dossiê do ano, e ele será sobre atendimento ao cliente.
25'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Pedir que os estudantes se reúnam nas equipes das empresas fictícias e entregar o instrumental "Qualidade no Atendimento - Dossiê 7" para cada equipe (anexo). ■ Ler junto com os estudantes, explicando todos os itens. Eles devem criar uma situação de reclamação de um cliente que sua empresa fictícia tenha vivenciado. É importante que se atentem para todos os detalhes e que escrevam tudo no formulário. Ele será necessário na Culminância 4. ■ Disponibilizar os dossiês, caso as equipes queiram consultar. ■ Passar pelas equipes verificando como estão as produções, tirar possíveis dúvidas e orientar as equipes, se necessário. É importante que terminem as produções e, caso não consigam, informar que tragam na próxima aula.
5'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Finalizar parabenizando as equipes pelas produções e informar que a próxima aula será de preparação para as apresentações da culminância. ■ Pedir que eles venham bem inspirados (lembrar da criatividade estudada nesse bimestre) e animados pois irão planejar como dramatizar a situação que escreveram hoje.

MATERIAL NECESSÁRIO

- Instrumental "Qualidade no Atendimento- Dossiê 7"
- Dossiês das equipes



DOSSIÊ 7: QUALIDADE NO ATENDIMENTO

AO DESCREVER A SITUAÇÃO, NÃO ESQUECER DE COLOCAR:

ONDE OCORREU A RECLAMAÇÃO

- Próprio estabelecimento
- Redes sociais (WhatsApp, Facebook, Instagram, Reclame Aqui, etc.)
- E-mail
- Telefone (ligação)
- Outros (identificar)

O QUE GEROU A RECLAMAÇÃO

- Defeito de fabricação
- Constrangimento do consumidor
- Dificuldades com cancelamento
- Problemas com informações
- Cobrança indevida
- Demora no atendimento
- Demora no conserto
- Outros (identificar)

TODOS OS PERSONAGENS ENVOLVIDOS

- Funcionários (quantos e de quais funções)
- Cliente (reclamante)
- Outros Clientes
- Fornecedores
- Outros (identificar)

ANEXO



DOSSIÊ 7: QUALIDADE NO ATENDIMENTO

continuação

COMO A EMPRESA BUSCOU SOLUCIONAR

COMO O CLIENTE SENTIU-SE APÓS O OCORRIDO

EMPRESA

INTEGRANTES

continua >

AULA	TEMA	PREPARAÇÃO PARA AS APRESENTAÇÕES DAS EMPRESAS
7	OBJETIVO	■ Estimular o grupo a transformar o conteúdo do Dossiê 7 em uma apresentação “viva” das empresas criadas



TEMPO	ATIVIDADE
5'	<p>INTRODUÇÃO</p> <p>■ Iniciar a aula com uma música animada para descontrair e movimentar os estudantes. Eles devem circular pela sala ao som da música recompondo suas equipes. Após esse momento, dizer que é com aquele clima de alegria que iniciamos o dia e iremos colocar em prática o Dossiê 7 para a culminância, que acontecerá na próxima aula.</p>
45'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <p>■ Relembrar que as empresas estão sendo construídas ao longo do ano e que já deram passos muito importantes: missão, visão, valores, organograma com seus respectivos cargos, política de qualidade, propaganda, planejamento financeiro. “Essas empresas já existem! Foi um caminho de muitos aprendizados e iremos com a culminância 4 fechar esse ciclo com qualidade no atendimento”.</p> <p>■ Explicar que a culminância consistirá na apresentação das equipes, da situação descrita na aula passada – Dossiê 7. Todas as equipes devem planejar uma dramatização, procurando deixar a situação o mais real possível. Dizer que na aula de hoje eles precisam definir:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Como será a apresentação ■ Qual será a função de cada integrante da equipe (personagem, apoio) ■ Quais acessórios precisam providenciar ■ Se será necessário algum equipamento da escola (se sim, reservar com antecedência) <p>■ Dizer que no dia da culminância, alguns convidados irão prestigiar as apresentações e também avaliar, utilizando uma espécie de Formulário de satisfação (anexo). Para isso, além do formulário, terão acesso ao Instrumental Qualidade no Atendimento, onde eles descreveram a situação que irão dramatizar.</p> <p>■ Disponibilizar tempo para os estudantes organizarem como farão as apresentações.</p> <p>■ Circular pelas equipes verificando como estão se preparando, apoiar e orientar, se necessário.</p>

MATERIAL NECESSÁRIO

- Música animada
- Dossiês
- Instrumental Qualidade no Atendimento – Dossiê 7 (já preenchido pelas equipes)
- Formulário de Satisfação

ORIENTAÇÕES

- No dia da culminância providenciar 1 cópia do Formulário do Dossiê 7 de cada equipe para os convidados que irão assistir e avaliar.
- Preparar o espaço para as Apresentações (dramatizações) com antecedência.
- Verificar se os estudantes vão precisar de algum equipamento da escola, reservar.
- Convidar no máximo 4 pessoas para a avaliação (pode ser professor, estudante, funcionário da escola, coordenador, gestor).
- Convidar os avaliadores com antecedência e orientar sobre todo o processo da construção das empresas fictícias. Explicar que a proposta é celebrar aquele momento e a avaliação é mais para ilustrar e tornar real a prática do atendimento.

FORMULÁRIO DE SATISFAÇÃO

EMPRESA: _____

INTEGRANTES: _____

Caro cliente, diante do fato ocorrido, gostaria de pedir sua colaboração, para nos ajudar a melhorar ainda mais nossos produtos/serviços, respondendo essa avaliação.

<p>A situação apresentada (dramatizada) estava de acordo com a descrita no Instrumental Qualidade no Atendimento?</p>	
<p>A forma como a empresa buscou solucionar a situação foi adequada?</p>	
<p>Houve preocupação da equipe com: organização, adereços, memorização das falas e participação de todos os membros.</p>	
<p>Essa empresa se esforçou ao máximo para corrigir a situação e proporcionar uma melhor qualidade no atendimento.</p>	

COMENTÁRIOS: _____

AULA	TEMA	CULMINÂNCIA 4 - APRESENTAÇÃO DO DOSSIÊ 7
8	OBJETIVO	■ Compartilhar as produções realizadas sobre qualidade no atendimento

TEMPO	ATIVIDADE
5'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Fazer uma breve sensibilização com os estudantes buscando tranquilizá-los e encorajá-los para as apresentações. ■ Dividir o tempo de cada apresentação baseado no número de equipes. ■ Organizar espaço e materiais necessários com as respectivas equipes. ■ Receber os convidados e destiná-los a um espaço específico, reservado, onde deve estar: <ul style="list-style-type: none"> ■ o Instrumental Qualidade no Atendimento de cada equipe para que eles acompanhem a situação que será dramatizada ■ a Avaliação.
40'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Apresentação do dossiê 7: Qualidade no Atendimento (dramatização) ■ Fazer as devidas anotações para fundamentar as devolutivas, que acontecerão na aula seguinte.
5'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Parabenizar a todos os estudantes pelas apresentações. Abrir espaço para os convidados falarem.

MATERIAL NECESSÁRIO

- Instrumental Qualidade no Atendimento de cada equipe, se possível uma cópia para cada avaliador.
- Formulário de Satisfação (um para cada avaliador)

ORIENTAÇÕES

- **FIQUE ATENTO!!** Criar apresentação de slides com momentos significativos da turma para a próxima aula.

AULA	TEMA	RECORDAR É VIVER
9	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Recordar e fortalecer os aprendizados e vivências de Mundo do Trabalho utilizando a criatividade e o trabalho em equipe

TEMPO	ATIVIDADE
5'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Convidar a turma a fazer o exercício de relembrar o que foi vivido durante o início do ciclo do ensino médio, a 1ª série de Mundo do Trabalho, ao embalo da música “X (Equis)” de Nick Jam x J. Balvin. ■ Ao fim da música, pedir para que os estudantes compartilhem e comentem, de forma breve, como tem sido essa experiência.
35'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <p>Atividade: Expressando o que foi vivido</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Formar 6 equipes e pedir que cada uma utilize a criatividade, característica trabalhada em aulas passadas, para expressar o que foi vivenciado em Mundo do Trabalho – 1ª série. ■ Equipes 1 e 2 terão a missão de apresentar em forma de cordel ■ Equipes 3 e 4 terão que apresentar em forma textual ■ Equipe 5 e 6 terão o desafio de apresentar em forma de paródia <ul style="list-style-type: none"> ■ Entregar os Dossiês para que as equipes se inspirem na criação e relembrem alguns temas estudados. ■ Atenção: 15 minutos para preparação e 20 para apresentação
10'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Apresentar (elaboração prévia) um slideshow com fotos de momentos significativos e impactantes, além de atividades vivenciadas durante o ano. ■ Obs: Caso não seja possível, após as apresentações, reforçar que esse é apenas o início de muita coisa bacana que vem pela frente, com o intuito de fazê-los crescer e se desenvolver como profissionais e, principalmente, como pessoas.

MATERIAL NECESSÁRIO

- Slideshow com fotos (elaborados previamente pelo professor)
- Dossiês
- Papel A4
- Canetas, lápis
- Músicas: “X (Equis)” de Nick Jam x J. Balvin
- Link: https://www.youtube.com/watch?v=_I_D_8Z4sJE

ORIENTAÇÕES

- Criar apresentação de slides com momentos significativos da turma

AULA	TEMA	RITO FINAL: RETOMADA DO CRACHÁ E ACESSO À 2ª SÉRIE
10	OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Resgatar as expectativas dos estudantes acerca do Mundo do Trabalho, colocadas nos Crachás no 1º bimestre ■ Celebrar com a turma as conquistas e aprendizados alcançados durante o ano
TEMPO	ATIVIDADE	
25'	<p>INTRODUÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Separar previamente os dossiês e crachás confeccionados pelos alunos no 1º bimestre e distribuí-los no centro da sala. Recepionar os estudantes ao som de uma música (Sugestão: "Um dia após o outro" – Tiago Iorc) e convidá-los a ficarem de pé, em círculo. ■ Dizer que no centro da sala estão espalhados os crachás confeccionados no início do ano e que simbolizam a entrada deles no mundo do trabalho, um dos primeiros contatos com essa unidade curricular. Perguntar: <ul style="list-style-type: none"> ■ Vocês lembram desse momento? ■ Lembram o que escreveram? ■ Aguardar contribuições e complementar dizendo que eles customizaram um crachá e escreveram no verso como se viam diante dos desafios do mundo do trabalho e as expectativas para essa unidade curricular. ■ Convidar então os estudantes a se reunirem em quartetos e conversarem sobre seus crachás, e sobre os aprendizados adquiridos nesta unidade curricular, representados pelos dossiês, também expostos na sala, respondendo: <ul style="list-style-type: none"> ■ Será que ao longo do ano, essas expectativas e desafios permanecem os mesmos? ■ Foram tantos encontros, muitas aulas abordando temáticas relacionadas ao mundo do trabalho. Quais foram os momentos mais importantes? ■ Como cheguei e como estou agora? ■ Pedir que os quartetos escolham um representante para socializar de forma breve o que a equipe conversou. 	
20'	<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Parabenizar a turma por todos os aprendizados e conquistas durante o ano, dizer que eles merecem uma recompensa. ■ Perguntar se já viram em alguma empresa, loja, comércio, funcionários usando <i>bottons</i> e se sabem o que significam. Aguardar as contribuições e dizer que muitas empresas usam os <i>bottons</i> como uma forma criativa para reconhecer seus funcionários por trabalhos bem feitos. Podem ser usados nos uniformes de trabalho ou mesmo fixado em seus crachás. ■ Dizer então que a proposta é que criem um <i>botton</i> de reconhecimento por todo o aprendizado desse ano. Cada um vai se presentear, customizando de forma criativa seu <i>botton</i> com o formato, cor, palavra que represente seu destaque nesse ano para essa unidade curricular de mundo do trabalho. ■ Após a confecção pedir que os estudantes coloquem seus crachás e fixem seus <i>bottons</i>. 	
5'	<p>ENCERRAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Finalizar dizendo que a caminhada em busca de mais aprendizados sobre o mundo do trabalho vai continuar próximo ano e que a partir de agora os crachás e <i>bottons</i> simbolizam o acesso deles a unidade curricular de mundo do trabalho da 2ª série. ■ Pedir palmas e desejar muito sucesso nessa caminhada. Pedir também, que guardem essas produções no dossiê, pois tudo isso será retomado no próximo ano. ■ Se sentir que há receptividade, propor um abraço coletivo. 	

MATERIAL NECESSÁRIO

- Crachás dos estudantes
- Dossiês das equipes
- Música "Um dia após o outro" – Tiago Iorc -<https://www.youtube.com/watch?v=duaGQRtESyU>
- Material para confecção dos *bottons*: Caixa de papelão, EVA, papel, canetas colorida, lápis de cor, tinta, tesouras, materiais disponíveis na escola.
- Fita gomada ou clips para fixar os *bottons*

ORIENTAÇÕES

- Se possível, levar papel adesivo para a confecção dos *bottons*, ou colchetes para prendê-los ao final.



Site do IA: institutoalianca.org.br
Fanpage do IA: facebook.com/institutoalianca
Twitter do IA: @ialianca
Site da SEDUC: www.seduc.ce.gov.br

