

PLANOS DE ENSINO - COSMÉTICOS

MÓDULO: PRODUÇÃO DE COSMÉTICOS (CPD).

DISCIPLINA: Produção de Cosméticos

Carga Horária: Teórica: 100 h/a - Prática: 60 h/a - Semestral: 160 h/a

OBJETIVOS

A disciplina permite ao aluno conhecer fundamentos teóricos e práticos da fabricação, acondicionamento e embalagem de produtos cosméticos, empregando os conhecimentos sobre matérias-primas, legislação e boas práticas de fabricação para a elaboração de formulações cosméticas.

Permitir ao aluno distinguir os diferentes tipos de formas e produtos cosméticos, capacitando-o a desenvolver diversos processos de fabricação de cosméticos.

EMENTA

A Disciplina capacita o estudante a aplicar fundamentos teóricos e práticos da fabricação, acondicionamento e embalagem de produtos cosméticos, aplicando normas que regem os processos de fabricação de tais produtos. Também capacita os alunos a classificarem cosméticos e identificar diferentes formas cosméticas, bem como desenvolver pesquisas que levem ao encontro de inovações do setor, ao aprimoramento e desenvolvimento profissional.

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

- 1 - Introdução, aspectos gerais da disciplina
 - 1.1. Regras da Disciplina
 - 1.2. Regras para uso do laboratório
- 2 - Legislação Brasileira
 - 2.1. Definição de Cosméticos
 - 2.2. Produto Cosmético Grau I
 - 2.3. Produto Cosmético Grau II
 - 2.4. Lista restritiva, Lista de filtros solares, Lista de conservantes
 - 2.5. INCI name (International Nomenclature of Cosmetic Ingredient)
 - 2.6. CATEC (Câmara Técnica de Cosméticos)
- 3 - Sistemas tensoativos

- 3.1. Definição de Tensoativos
- 3.2. Concentração Micelar Crítica
- 3.3. Funções dos Tensoativos
- 3.4. Classificação dos Tensoativos
- 3.5. Aplicações dos Tensoativos
- 4 – Shampoos
 - 4.1. Estrutura Capilar
 - 4.2. Definição de Shampoo
 - 4.3. Finalidade de um Shampoo
 - 4.4. Características de um bom shampoo
 - 4.5. Componentes de um shampoo
 - 4.6. Tipos de shampoo
 - 4.7. Método de produção de shampoo
- 5 - Condicionadores
 - 5.1. Definição
 - 5.2. Agentes condicionadores mais utilizados
 - 5.3. Função dos condicionadores
 - 5.4. Como agem os condicionadores
 - 5.5. Características de um bom condicionador
 - 5.6. Componentes de um condicionador
 - 5.7. Método de produção de condicionador
- 6 - Géis cosméticos
 - 6.1. Definição
 - 6.2. Aplicações
 - 6.3. Características de um bom gel
 - 6.4. Componentes básicos de um gel
 - 6.5. Classificação
 - 6.6. Requisitos técnicos
 - 6.7. Método de produção
 - 6.8. Produtos para fixação capilar
- 7 - Emulsões
 - 7.1. Definição
 - 7.2. Classificação/ Tipos
 - 7.3. Características
 - 7.4. Componentes básicos
 - 7.5. Fenômenos envolvidos na instabilidade de emulsões
 - 7.6. Mecanismos de estabilização das emulsões
 - 7.7. Bases auto-emulsionantes e Bases formadoras de cristais líquidos
 - 7.8. HLB
 - 7.9. Métodos de produção
- 8 - Fotoproteção e produtos fotoprotetores

- 8.1. Radiação solar
- 8.2. Melanogênese
- 8.3. Alterações bioquímicas na pele como consequência da radiação solar
- 8.4. Fator de Proteção Solar
- 8.5. Filtros Solares
- 8.6. Formas cosméticas dos protetores solares
- 8.7. Componentes básicos
- 8.8. Fatores que afetam o FPS
- 8.9. Método de produção
- 8.10. Bronzeadores
- 9 - Desodorantes/ anti perspirantes
 - 9.1. Glândulas apócrinas
 - 9.2. Definição e mecanismo e ação dos desodorantes
 - 9.3. Definição e mecanismo e ação dos anti transpirantes
 - 9.4. Como prevenir o mau odor
 - 9.5. Características
 - 9.6. Formas de apresentação
 - 9.7. Componentes Básicos
 - 9.8. Método de produção
- 10 - Cosméticos masculinos
 - 10.1. A pele do homem
 - 10.2. Mercado
 - 10.3. Produtos de Barbear (conceitos e método de fabricação)
 - 10.4. Desodorantes/ Anti transpirantes (conceitos e método de fabricação)
 - 10.5. Produtos pós barba (conceitos e método de fabricação)
- 11 - Cosméticos infantis
 - 11.1. Características da pele do bebê
 - 11.2. Fundamentos da formulação
 - 11.3. Produção de pós
 - 11.4. Produção de óleos
 - 11.5. Produção de cremes e loções
 - 11.6. Produção de lenços umedecidos
 - 11.7. Produção de produtos capilares
 - 11.8. Testes pré-clínicos e clínicos
 - 11.9. Legislação Brasileira
- 12 - Cosmética decorativa
 - 12.1. Formas cosméticas
 - 12.2. Produção de maquiagem para os olhos
 - 12.3. Produção de maquiagem para os lábios
 - 12.4. Produção de maquiagem para o rosto
 - 12.5. Produção de maquiagem para unhas

- 13 - Tinturas capilares
 - 13.1. A cor do cabelo
 - 13.2. Definição
 - 13.3. Classificação
 - 13.4. Mecanismos de ação
 - 13.5. Composição química
 - 13.6. Definição de descoloração
 - 13.7. Mecanismo da descoloração
 - 13.8. Composição química dos descolorantes
 - 13.9. Produção
- 14 - Alisantes e permanentes
 - 14.1. Objetivos
 - 14.2. Alterações na curvatura do cabelo
 - 14.3. Permanentes: mecanismo de ação
 - 14.4. Alisamentos: mecanismo de ação
 - 14.5. Tipos de alisamento
 - 14.6. Produção
 - 14.7. Alisamento com Formol
- 15 - Cosmética odontológica/ higiene oral
 - 15.1. Cavidade Bucal
 - 15.2. Dentes
 - 15.3. Higiene Bucal
 - 15.4. Definição de dentifrícios
 - 15.5. Componentes Básicos de um dentifrício
 - 15.6. Método de produção de dentifrícios

CRONOGRAMA TEMPORAL

- 1-Introdução, aspectos gerais da disciplina: duração 4h;
- 2-Legislação Brasileira: duração 4h;
- 3-Sistemas tensoativos: duração 4h;
- 4-Shampoos: duração 8h;
- 5-Condicionadores: duração 8h;
- 6-Géis cosméticos: duração 8h;
- 7-Emulsões: duração 8h;
- 8-Fotoproteção e produtos fotoprotetores: duração 8h;
- 9-Desodorantes/ antiperspirantes: duração 8h;
- 10-Cosméticos masculinos: duração 4h;
- 11-Cosméticos infantis: duração 8h;
- 12-Cosmética decorativa: duração 8h;
- 13-Tinturas capilares: duração 4h;
- 14-Alisantes e permanentes: duração 4h;
- 15-Cosmética odontológica/ higiene oral: duração 4h

ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO CURSO

- Aulas expositivas com utilização de equipamentos audiovisuais;
- Estudo dirigido em pequenos grupos na sala de aula;
- Exercícios de aplicação;
- Pesquisas em livros, periódicos e sites da Web;
- Avaliações de produtos cosméticos do mercado
- Aulas práticas em laboratório
- Palestras técnicas com profissionais ligados à área cosmética
- Visitas a indústrias de cosméticos e matérias-primas
- Consultas à Biblioteca para elaboração do TCM – Trabalho de Conclusão do Módulo
- Visita à Feiras do setor (Hair Brasil, FCE Cosmetique, Beauty Fair, In Cosmetics)
- Visita às empresas referências na área cosmética (Natura, Cosmotec, Hinode, IFF, Galena, etc.)
- Palestras de especialistas da área cosmética e com vivência no Módulo que está sendo disponibilizado.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BARATA, Eduardo A. F. **Cosméticos: arte e ciência**. São Paulo: Lidel, 2002.

MOORE, R. J.; WILKINSON, J. B. **Cosmetologia de Harry**. Madrid: Díaz de Santos, 1990.

REBELLO, Teresa. **Guia de produtos cosméticos**. São Paulo: SENAC-SP, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ALAM, Murad. **Dermatologia cosmética**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COSMETOLOGIA. **Guia ABC de microbiologia: controle de microbiologia na indústria de produtos de higiene pessoal, cosméticos e perfumes**. São Paulo: Pharmabooks, 2008.

BARATA, Eduardo A. F. **A cosmetologia: princípios básicos**. São Paulo: Tecnopress, 1995.

DRAELOS, Zoe Kececioğlu. **Cosméticos em dermatologia**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1991.

GROSSMAN, Luiz; ZITUNE, Gabriel; JANUÁRIO, Sandra. **Óleos essenciais: na culinária, cosmética e saúde**. São Paulo: Optionline, 2005.

HERNANDEZ, M.; MERCIER-FRESNEL, M. **Manual de cosmetologia**. Rio de Janeiro: Revinter, 1999.

PEYREFITTE, Gérard; MARTINI, Marie-Claude; CHIVOT, Martine. **Cosmetologia, biologia geral, biologia da pele**. São Paulo: Andrei, 1998.

MANTENEDORA: PRÓ-TÉCNICA PAULISTA LTDA. CNPJ nº 60.704.335/0001-12

Red credenciamento: Portaria MEC nº 284, de 11/05/2021, DOU de 13/05/2021, Seção 1, pág. 320

Rua Brigadeiro Galvão, 540 – CEP 01151-000 – São Paulo/SP – Tel.: (0xx11) 3824 3660 - www.oswaldocruz.br – e-mail: secretariageral@oswaldocruz.br

VIGLIOGLIA P. A.; RUBIN J. **Cosmiatria** Buenos Aires: AP Americana de Publicaciones, 1991.
vol.1 e vol.2

PERIÓDICOS RECOMENDADOS

Atualidade Cosmética. ISSN 1415-3998.

Cosmetics & Toiletries. ISSN 1980-9832.

Cosmetics & Toiletries Brasil: revista de cosméticos & tecnologia. ISSN 0103-4030.

Gestão e Produção - ISSN 0104-530X. Disponível em:

http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_issues&pid=0104-530X&lng=pt&nrm=iso

MÓDULO: PRODUÇÃO DE COSMÉTICOS (CPD).

DISCIPLINA: Gestão Ambiental

Carga Horária: Teórica: 80 h/a - Prática: --- h/a - Semestral: 80 h/a

OBJETIVOS

A Disciplina propicia ao estudante os fundamentos da gestão ambiental para aplicação na indústria de produtos de higiene pessoal, cosméticos e perfumes.

Propiciar ao estudante o conhecimento e a compreensão acerca dos fundamentos necessários, capacitando-o a implantar os mesmos para a administração de resíduos e efluentes

EMENTA

A Disciplina capacita o estudante a aplicar os conceitos técnicos adquiridos, para gestão ambiental, o meio aquático, o meio terrestre, o meio atmosférico, resíduos sólidos, licenciamento ambiental, gestão ambiental, educação ambiental, desenvolvimento sustentável, análise do ciclo de vida, produção mais limpa e eco-eficiência, projeto TCM

Políticas de Educação Ambiental:

Estudar os fundamentos e conceitos gerais sobre meio ambiente; Energia e Meio Ambiente, Ecossistemas, Dinâmica das populações, Análise do Plano Nacional de Resíduos Sólidos, Sistema de Gestão Ambiental. Conhecer os conceitos envolvidos na educação ambiental. Entender as principais alterações do ecossistema pela poluição. Consolidar a importância de inserir a preservação do meio ambiente na estratégia empresarial. Conhecer os principais procedimentos para implantação do sistema de gestão ambiental.

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. INTRODUÇÃO - ASPECTOS GERAIS DA DISCIPLINA
 - 1.1 Apresentação do plano de ensino da disciplina
 - 1.2 Contextualização “o meio ambiente e a área dos cosméticos”
2. CONCEITOS BÁSICOS DA TEMÁTICA MEIO AMBIENTE
 - 2.1 Meio Ambiente e Recursos Naturais

2.2 Embasamento legal: Política Nacional de Meio Ambiente - Lei nº 6.938, de 31 de agosto de 1981.

2.3 Atividade complementar: estudo da Política Nacional de Meio Ambiente

3. O MEIO AQUÁTICO

3.1 Conceitos: Água *versus* Recursos Hídricos

3.2 Usos da água e requisitos de qualidade

3.3 Contaminação/poluição das águas

3.4 Reuso da água

3.5 Conceito: efluentes líquidos (esgoto)

3.6 Embasamento legal: Política Nacional de Recursos Hídricos - Lei nº 9.433, de 8 de janeiro de 1997

3.7 Atividade complementar: estudo da Política Nacional de Recursos Hídricos

4. O MEIO TERRESTRE

4.1 Conceito, composição e formação dos solos

4.2 Degradação dos solos

5. O MEIO ATMOSFÉRICO

5.1 Atmosfera, características e composição

5.2 Principais poluentes, efeitos e controle da poluição

6. RESÍDUOS SÓLIDOS

6.1 Conceitos

6.2 Gerenciamento, tratamento e disposição final

6.3 Embasamento legal: Política Nacional de Resíduos Sólidos – Lei nº 12.305, de 02 de agosto de 2010.

6.4 Atividade complementar: vídeo com a temática resíduos sólidos

7. LICENCIAMENTO AMBIENTAL

7.1 Conceito

7.2 Etapas

7.3 Estudos e relatórios

8. GESTÃO AMBIENTAL

8.1 A gestão do meio ambiente

8.2 Sistema de Gestão Ambiental

8.3 Certificação ambiental ISO 14.000

8.4 Atividade complementar

9. POLÍTICAS DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL

9.1 Fundamentos e conceitos gerais sobre Meio Ambiente

9.2 Energia e Meio Ambiente

9.3 Ecossistemas

9.4 Dinâmica das populações

9.5 Plano Nacional de Resíduos Sólidos

9.6 Sistema de Gestão Ambiental

10. DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

10.1 Conceitos

11. ANÁLISE DO CICLO DE VIDA

11.1 Conceitos

11.2 Atividade complementar

12. PRODUÇÃO MAIS LIMPA E ECOEFICIÊNCIA

12.1 Conceitos

12.2 Atividade complementar

CRONOGRAMA TEMPORAL

1. Introdução - aspectos gerais da disciplina (4h)
2. Conceitos básicos da temática meio ambiente (4h)
3. O meio aquático (4h)
4. O meio terrestre (4h)
5. O meio atmosférico (4h)
6. Resíduos sólidos (4h)
7. Licenciamento Ambiental (6h)
8. Gestão Ambiental (14h)
9. Políticas de Educação ambiental (3 h)
10. Desenvolvimento Sustentável (1h)
11. Análise do Ciclo de Vida (2h)
12. Produção Mais Limpa e Ecoeficiência (2h)
13. Orientação TCMs (12h)

ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO CURSO

- Aulas expositivas com utilização de equipamentos audiovisuais;
- Estudo dirigido em pequenos grupos na sala de aula;
 - Exercícios de aplicação;
 - Pesquisas em livros, periódicos e sites da Web;
 - Avaliações de produtos cosméticos do mercado
 - Aulas práticas em laboratório

- Palestras técnicas com profissionais ligados à área cosmética
- Visitas a indústrias de cosméticos e matérias-primas
- Apresentação dos problemas que acarretam na crise ambiental, mostrando medidas que vem sendo adotadas pelas empresas e pelas pessoas para minimizar a poluição, seja utilizando fontes renováveis, reciclando, reutilizando; normas, legislação, entre outros

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BARBIERI, José Carlos. **Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos**. São Paulo: Saraiva, 2004.

BRAGA, B.; HESPAHOL, I. *et al.* **Introdução à engenharia ambiental**. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

CURI, D.; TRIMER, R.; CAIRO, S. **Gestão ambiental**. São Paulo: Pearson Education, 2011.
SÃO PAULO (Estado). Secretaria do Estado do Meio Ambiente. **Entendendo o meio ambiente - Vol. 14: ISO 14.000 sistemas de gestão ambiental**. São Paulo: SMA, 1998. v. 14.

TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

FOGLIATTI, Maria Cristina *et al.* **Sistema de gestão ambiental para empresas**. 2. ed. Rio de Janeiro: Interciência, 2011.

Políticas de Educação Ambiental

ABNT - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR ISO 14004:2007 - Sistemas da gestão ambiental** - diretrizes gerais sobre princípios, sistemas e técnicas de apoio. Rio de Janeiro: ABNT, 2007. 45 p. Disponível em:

<<http://www.abntcatalogo.com.br/norma.aspx?ID=1547>>. Acesso em: 28 nov. 2017.

LOUREIRO, C. F.; LAYRARGUES, P. P.; CASTRO, R. S. **Sociedade e meio ambiente: a educação ambiental em debate**. São Paulo: Cortez, 2000. .

TECNOLOGIAS para o desenvolvimento sustentável. Brasília: Unesco, 2011. 3.04 mb. Disponível em: <http://www.unesco.org/new/pt/brasil/abnt-this-office/single-view/news/tecnologia_para_o_desenvolvimento_sustentavel_edicao_2011_do_premio_mercosul_d_e_ciencia_e_tecnologia/>. Acesso em: 28 nov. 2017.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

DONAIRE, Denis. **Gestão ambiental na empresa**. São Paulo: Atlas, 1999.

FOGLIATTI, Maria Cristina, *et al.* **Sistema de gestão ambiental para empresas.** Rio de Janeiro: Interciência, 2011.

SISINNO, C. L. S.; OLIVEIRA, R. M. **Resíduos sólidos, ambiente e saúde: uma visão multidisciplinar.** Rio de Janeiro: Fiocruz, 2000.

TACHIZAWA, T. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa.** São Paulo: Atlas, 2011.

VITERBO JUNIOR, Ênio. **Sistemas integrados de gestão ambiental:** como implementar um sistema de gestão que atenda à norma ISO 14001, a partir de um sistema baseado na norma ISO 9000. São Paulo: Aquariana, 1998.

Políticas de Educação Ambiental

QUINTAS, José Silva. **Introdução à gestão ambiental pública.** Brasília: Instituto Brasileiro do Meio Ambiente (IBAMA), 2006. (Coleção Meio Ambiente. Série Educação ambiental, 5) [Documento eletrônico]

GONÇALVES, C. W. Um pouco de filosofia no meio ambiente. *In:* QUINTAS, José Silva.

Pensando e praticando a educação ambiental na gestão do meio ambiente. Brasília: IBAMA, 2000. [Documento eletrônico]

PERIÓDICOS RECOMENDADOS

Banas Qualidade: gestão, processos e meio ambiente. ISSN 1676-7845.

Revista Brasileira de Engenharia Agrícola e Ambiental. Disponível em:

http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_issues&pid=1415-4366&lng=pt&nrm=iso

Revista Gestão Social e Ambiental. Disponível em:

<https://rgsa.emnuvens.com.br/rgsa/issue/archive>

MÓDULO: PRODUÇÃO DE COSMÉTICOS (CPD).

DISCIPLINA: *Tópicos Profissionais em Gestão da Produção Industrial*

Carga Horária: Teórica: 80 h/a - Prática: --- h/a - Semestral: 80 h/a

OBJETIVOS

Identificar os principais conceitos e estratégias para a gestão eficaz de todo processo produtivo em uma indústria.

Relacionar os aspectos da gestão industrial com outras áreas-chaves como logística, qualidade, processos industriais, sistemas produtivos, entre outros.

EMENTA

Identificar os principais conceitos e estratégias para a gestão eficaz de todo processo produtivo em uma indústria.

Conhecer os conceitos básicos da gestão da produção e logística.

Conhecer os conceitos básicos da gestão da produção e qualidade

Conhecer os conceitos básicos da gestão da produção e serviços industriais.

Conhecer os conceitos básicos da gestão da produção industrial.

Conhecer os conceitos básicos da gestão de processos industriais.

Avaliar a influência da Normalização e Qualidade Industrial e dos Sistemas Produtivos Industriais.

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. Objetivos, programa e plano de ensino.
2. Importância da gestão da produção e logística.
3. Importância da gestão da produção e qualidade.
4. Conceitos básicos da gestão da produção e serviços industriais.
5. Conceitos básicos da gestão da produção industrial.
6. Conceitos básicos da gestão de processos industriais.
7. Avaliar a influência da Normalização
8. Avaliar a influência da Qualidade Industrial
9. Avaliar a influência dos Sistemas Produtivos Industriais.

CRONOGRAMA TEMPORAL

1. Objetivos, programa e plano de ensino. 4h
2. Importância da gestão da produção e logística. 8h
3. Importância da gestão da produção e qualidade. 8h
4. Conceitos básicos da gestão da produção e serviços industriais. 16h
5. Conceitos básicos da gestão da produção industrial. 8h
6. Conceitos básicos da gestão de processos industriais. 16h
7. Avaliar a influência da Normalização. 8h
8. Avaliar a influência da Qualidade Industrial. 8h
9. Avaliar a influência dos Sistemas Produtivos Industriais. 8h

ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO CURSO

- Aulas expositivas com utilização de equipamentos audiovisuais;
- Estudo dirigido em pequenos grupos na sala de aula;
- Pesquisas em livros, periódicos e sites da Web;
- Palestras técnicas com profissionais ligados à área cosmética
- Visitas a indústrias de cosméticos e matérias-primas
- Consultas à Biblioteca para elaboração do TCM – Trabalho de Conclusão do Módulo
- Visita à Feiras do setor (Hair Brasil, FCE Cosmetique, Beauty Fair, In Cosmetics)
- Visita às empresas referências na área cosmética (Natura, Cosmotec, Wheaton, IFF, etc.)
- Palestras de especialistas da área cosmética e com vivência no Módulo que está sendo disponibilizado

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

WILKINSON; MOORE, **Cosmetologia de Harry**, Madri, Diaz de Santos, 1990.

BARATA, E. A., **Cosmetologia: Princípios Básicos**, São Paulo, Tecnopress, 2000.

REBELLO, T., **Guia de Produtos Cosméticos**, São Paulo, SENAC, 2005.

BARATA, Eduardo A. F. **Cosméticos: arte e ciência**. 1. ed. São Paulo: Lidel, 2002.

PINTO, Terezinha de Jesus Andreoli; KANEKO, Telma Mary; OHARA, Mitsuko Taba. **Controle biológico de qualidade de produtos farmacêuticos, correlatos e cosméticos**. 2. ed. São Paulo: Atheneu, 2003

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

PEYREFITTE G.; MARTINI M.C.; CHIVOT M., **Cosmetologia**, Biologia Geral, Biologia da Pele, São Paulo, Andrei, 1998.

VIGLIOGLIA P.A.; RUBIN J., **Cosmiatria**, Buenos Aires, AP Americana de Publicaciones, 2001.

LEONARDI, G.R.; SPERS, V.R.E., **Cosmetologia & Empreendedorismo**, São Paulo, Pharmabooks, 2015.

DRAELOS, Zoe Kececioğlu. **Cosméticos em dermatologia**. 1. ed. Porto Alegre: Artes Médicas, 1991. 209 p.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COSMETOLOGIA. **Guia ABC de microbiologia**: controle de microbiologia na indústria de produtos de higiene pessoal, cosméticos e perfumes. 3. ed. São Paulo: Pharmabooks, 2008. 76 p., il. ISBN 858973125-1.

BRANDÃO, Luiz. **Index ABC - Vol. 1**: ingredientes para a indústria de produtos de higiene pessoal, cosméticos e perfumes. 3. ed. São Paulo: Associação Brasileira de Cosmetologia, 2009. 2 v.

HERNANDEZ, Micheline; MERCIER-FRESNEL, Marie-Madeleine. **Manual de cosmetologia**. Tradução de Ana Lúcia MAZZALI. 3. ed. Rio de Janeiro: Revinter, 1999.

PERIÓDICOS RECOMENDADOS

Atualidade Cosmética. ISSN 1415-3998.

Cosmetics & Toiletries Brasil: revista de cosméticos & tecnologia. ISSN 0103-4030.

Cosmetics & Toiletries. ISSN 1980-9832.

Revista Brasileira de Estética. ISSN 2319-0426.

MÓDULO: PRODUÇÃO DE COSMÉTICOS (CPD).

DISCIPLINA: *Produção e Processos Industriais*

Carga Horária: Teórica: 40 h/a - Prática: --- h/a - Semestral: 40 h/a

OBJETIVOS

A Disciplina propicia ao estudante os fundamentos da organização industrial para aplicação na gestão de empresas.

Propiciar ao estudante o conhecimento e a compreensão acerca dos fundamentos necessários, capacitando-o a implantar os mesmos para a administração das etapas produtivas.

EMENTA

A Disciplina capacita o estudante a aplicar os conceitos técnicos adquiridos, quando da administração de produção, métodos, controle de processos, distribuição física, organização de estoques, controle de produção, manuseio de materiais, localização de fábrica.

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

Métodos
Controle de processos
Distribuição física
Organização de estoques
Controle de produção
Manuseio de materiais
Localização de fábrica

CRONOGRAMA TEMPORAL

Métodos 4h
Controle de processos 4h
Distribuição física 8h
Organização de estoques 2h
Controle de produção 8h
Manuseio de materiais 4h
Localização de fábrica 10h

ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO CURSO

- Aulas expositivas com utilização de equipamentos audiovisuais;
- Estudo dirigido em pequenos grupos na sala de aula;
- Exercícios de aplicação;
- Pesquisas em livros, periódicos e sites da Web;
- Avaliações de produtos cosméticos do mercado
- Aulas práticas em laboratório
- Palestras técnicas com profissionais ligados à área cosmética
- Visitas a indústrias de cosméticos e matérias-primas
- Consultas à Biblioteca para elaboração do TCM – Trabalho de Conclusão do Módulo
- Visita à Feiras do setor (Hair Brasil, FCE Cosmetique, Beauty Fair, In Cosmetics)
- Visita às empresas referências na área cosmética (Natura, Payot, Cosmotec, Wheaton, IFF, etc.)
- Palestras de especialistas da área cosmética e com vivência no Módulo que está sendo disponibilizado

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

FERNANDES, Flavio C. F.; GODINHO FILHO, Moacir. **Planejamento e controle da produção**: dos fundamentos ao essencial. São Paulo: Atlas, 2010.

FRANCHI, Claiton M. **Controle de processos industriais**: princípios e aplicações. São Paulo: Érica, 2011.

TUBINO, Dalvio F. **Planejamento e controle da produção**: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2009.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

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

MARTINS, Petrônio G.; LAUGENI, Fernando P. **Administração da produção fácil**. São Paulo: Saraiva, 2012.

MAYNARD, H. B. **Manual de engenharia de produção**: procedimentos de controle. São Paulo: USP, 1970. v. 7 .

MONKS, Joseph G.; BLANDY, Lauro Santos. **Administração da produção**. São Paulo: McGraw-Hill, 1987.



FACULDADE DE TECNOLOGIA OSWALDO CRUZ – e-MEC nº 1743

MANTENEDORA: PRÓ-TÉCNICA PAULISTA LTDA. CNPJ nº 60.704.335/0001-12

Rede credenciamento: Portaria MEC nº 284, de 11/05/2021, DOU de 13/05/2021, Seção 1, pág. 320

Rua Brigadeiro Galvão, 540 – CEP 01151-000 – São Paulo/SP – Tel.: (0xx11) 3824 3660 - www.oswaldocruz.br – e-mail: secretariageral@oswaldocruz.br

SLACK, Nigel; CHAMBERS, Stuart; JOHNSTON, Robert. **Administração da produção**. São Paulo: Atlas, 2009.

PERIÓDICOS RECOMENDADOS

Atualidade Cosmética. ISSN 1415-3998.

Packing Cosmética : Disponível em: <http://www.cosmeticanews.com.br/>

Revista Brasileira de Estética. ISSN 2319-0426.

MÓDULO: PRODUÇÃO DE COSMÉTICOS (CPD).

DISCIPLINA: *Boas Práticas de Fabricação e Controle*

Carga Horária: Teórica: 40 h/a - Prática: --- h/a - Semestral: 40 h/a

OBJETIVOS

A Disciplina propicia ao estudante os fundamentos de BPFeC, necessários para a compreensão de conteúdos programáticos das Disciplinas: Produção e qualidade, entre outras previstas no curso.

Propiciar ao estudante o conhecimento e a compreensão acerca de sistema de qualidade, capacitando-o a implantar os mesmos na empresa.

EMENTA

A Disciplina capacita o estudante a aplicar os conceitos técnicos adquiridos, quando da elaboração de procedimentos e manuais para implantação de processos de qualidade.

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

Conceituação
Sistema da qualidade
Garantia da qualidade
Ciclo PDCA
Ferramentas da qualidade
Boas práticas de fabricação e controle

CRONOGRAMA TEMPORAL

Conceituação 8 h
Sistema da qualidade 4h
Garantia da qualidade 4h
PDCA 4h
Ferramentas da qualidade 16 h
Boas práticas de fabricação e controle 4h

ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO CURSO

- Aulas expositivas com utilização de equipamentos audiovisuais;
- Estudo dirigido em pequenos grupos na sala de aula;
- Exercícios de aplicação;
- Pesquisas em livros, periódicos e sites da Web;

- Avaliações de produtos cosméticos do mercado
- Aulas práticas em laboratório
- Palestras técnicas com profissionais ligados à área cosmética
- Visitas a indústrias de cosméticos e matérias-primas
- Consultas à Biblioteca para elaboração do TCM – Trabalho de Conclusão do Módulo
- Visita à Feiras do setor (Hair Brasil, FCE Cosmetique, Beauty Fair, In Cosmetics)
- Visita às empresas referências na área cosmética (Natura, Cosmotec, Hinode, Galena, IFF, etc.)
- Palestras de especialistas da área cosmética e com vivência no Módulo que está sendo disponibilizado

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Guia de controle de qualidade de produtos cosméticos**. Brasília: ANVISA, 2008. [Doc. eletrônico] Disponível em: http://www.anvisa.gov.br/cosmeticos/material/guia_cosmetico.pdf.

CAMPOS, V. F. **Controle da qualidade total**: no estilo japonês. Nova Lima: INDG, 2004.

TREVISAN, C. A. **Boas práticas de fabricação e controle**. São Paulo: ABC – Assoc. Bras. Cosmetologia, 2001.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CARVALHO, Pedro Carlos de. **O programa 5s e a qualidade total**. Campinas: Alínea, 2011.

CHUNG, T. **Qualidade começa em mim**. São Paulo: Maltese, 1996.

EQUIPE GRIFO. **Iniciando os conceitos da qualidade total**. São Paulo: Pioneira, 1998.

MIGUEL, Paulo Augusto Cauchick. **Qualidade**: enfoques e ferramentas. São Paulo: Artliber, 2001.

RAGO, S. F. Trama **Atualidades na gestão de manufatura**. São Paulo: IMAM, 2003.

SEGURANÇA e medicina do trabalho. São Paulo: Atlas, 2013. (Manuais de Legislação Atlas).

PERIÓDICOS RECOMENDADOS

Atualidade Cosmética. ISSN 1415-3998.

Cosmetics & Toiletries Brasil: revista de cosméticos & tecnologia. ISSN 0103-4030.

Cosmetics & Toiletries. ISSN 1980-9832.

Revista Brasileira de Estética. ISSN 2319-0426.

MÓDULO: PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS COSMÉTICOS (PDP)

DISCIPLINA: Desenvolvimento de Projetos

Carga Horária: Teórica: 100 h/a - Prática: 60 h/a - Semestral: 160 h/a

OBJETIVOS

A disciplina tem como objetivo, transferir conhecimentos aplicáveis para o desenvolvimento de produtos cosméticos desde o estudo e avaliação de insumos até a concepção final.

Aborda os principais aspectos técnicos e práticos envolvidos no desenvolvimento de produtos cosméticos, principalmente a seleção de matérias-primas, além de fornecer para ao aluno uma visão de mercado, comercialização dos produtos e aspectos importantes da legislação vigente.

Através das aulas práticas, estimula o desenvolvimento de diversas formulações para cabelo (xampu, condicionadores, cremes para pentear, géis) e para a pele (cremes, loções, protetores solares, desodorantes, géis, sabonetes líquidos, maquiagem), além dos problemas e suas soluções que podem ocorrer durante o desenvolvimento, produção e estocagem desses produtos.

Permitir ao aluno utilizar conceitos de interdisciplinaridade para elaboração de formulações cosméticas e desenvolver conhecimentos aplicáveis à concepção e lançamento comercial de cosméticos inovadores através da compreensão da linguagem de marketing cosmético, elaboração técnica do produto e processos de fabricação.

EMENTA

A Disciplina capacita o estudante a desenvolver o cronograma de projetos desde a definição das matérias-primas até a data de lançamento e plano de mídia. Também capacita os alunos a elaborarem os dizeres de rotulagem com os apelos e benefícios que serão divulgados ao consumidor, comparando produtos cosméticos de mercado e criando produtos diferenciados.

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. Panorama Geral
2. Etapas de desenvolvimento de produtos
3. Caracterização de Briefing
 - 3.1. Definição de Briefing
 - 3.2. Componentes do Briefing
 - 3.3. Montagem do Briefing dos produtos do projeto
4. Cronograma do Projeto e requisitos regulatórios
5. Matérias Primas e formulação
 - 5.1. Emulsionantes
 - 5.2. Proteção solar

FACULDADE DE TECNOLOGIA OSWALDO CRUZ – e-MEC nº 1743

MANTENEDORA: PRÓ-TÉCNICA PAULISTA LTDA. CNPJ nº 60.704.335/0001-12

Recredenciamento: Portaria MEC nº 284, de 11/05/2021, DOU de 13/05/2021, Seção 1, pág. 320

Rua Brigadeiro Galvão, 540 – CEP 01151-000 – São Paulo/SP – Tel.: (0xx11) 3824 3660 - www.oswaldocruz.br – e-mail: secretariageral@oswaldocruz.br

- 5.3 Ativos
 - 5.4 Tensoativos
 - 5.5 Ativos
 - 5.6. Desodorantes
 - 5.7. Modificadores de sensorial
-
- 6. Rotulagem de Produtos
 - 7. Scale up
 - 8. Desenvolvimento do Projeto
 - 9. Dossiê de produtos

CRONOGRAMA TEMPORAL

- 28/fev Introdução da disciplina, construção de briefing
- 29/fev Construção de briefing, régua de preços, benefícios e posicionamento
- 06/mar Etapas de desenvolvimento de um produto cosmético
- 07/mar Construção de dossiê do TCM e requisitos regulatórios para registro de produtos
- 13/mar Requisitos regulatórios para registro de produtos (documentos e testes obrigatórios)
- 14/mar Laboratório - Desenvolvimento do produto do TCM
- 20/mar Requisitos regulatórios para registro de produtos (rotulagem)
- 21/mar Laboratório - Desenvolvimento do produto do TCM
- 27/mar Repertório técnico - Emulsionantes
- 28/mar Laboratório - Desenvolvimento do produto do TCM
- 03/abr Repertório técnico - Proteção solar
- 04/abr Laboratório - Desenvolvimento do produto do TCM
- 10/abr Repertório técnico – Modificadores de sensorial
- 11/abr Laboratório - Desenvolvimento do produto do TCM
- 17/abr Repertório técnico - Tensoativos
- 18/abr Laboratório - Desenvolvimento do produto do TCM
- 24/abr Repertório técnico - Tensoativos
- 25/abr Laboratório - Desenvolvimento do produto do TCM
- 01/mai Feriado
- 02/mai Laboratório - Desenvolvimento do produto do TCM
- 08/mai Repertório técnico - Ativos
- 08/mai Laboratório - Desenvolvimento do produto do TCM
- 15/mai Repertório técnico - Desodorantes
- 16/mai Laboratório - Desenvolvimento do produto do TCM
- 22/mar Repertório técnico - Principais formas de comprovação de benefícios
- 23/mai Laboratório - Desenvolvimento do produto do TCM
- 29/mai Repertório técnico - Principais formas de comprovação de benefícios
- 30/mai Feriado
- 05/jun Repertório técnico - Scale up
- 06/jun Laboratório - Desenvolvimento do produto do TCM
- 12/jun Prova semestral

- 13/jun Laboratório - Desenvolvimento do produto do TCM
- 19/jun Vistas de prova semestral
- 20/jun Laboratório - Desenvolvimento do produto do TCM
- 26/jun Preparação para apresentação do TCM
- 27/jun Preparação para apresentação do TCM

ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO CURSO

O desenvolvimento do conteúdo programático será executado por meio de aulas expositivas e práticas, com a participação ativa dos estudantes e acompanhada de exercícios relacionados com os assuntos abordados na teoria e voltados às suas aplicações práticas com vistas à interdisciplinaridade.

Exercícios de Revisão
Projeto Interdisciplinar
Visitas técnicas a empresas cosméticas
Visitas a feiras do setor cosmético
Palestras
Relatórios de aulas práticas

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- BEZERRA, S.V.; REBELLO, T. **Guia de Produtos Cosméticos**, 3ª ed. 2001.
- ROMANO, W.S.K.I. P. & SCHUELLER R. **Iniciação a Química Cosmética V1**, 2002.
- ROMANO, W.S.K.I. P. & SCHUELLER R. **Iniciação a Química Cosmética V2**, 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- WILKINSON, J.B. MOORE, R. J. **Cosmetologia de Harry**, Madri: Editora Diaz de Santos, 1990.
- HERNANDEZ, M.; MADELEINE, M.; FRESNEL, M. **Manual de Cosmetologia**, 3ª ed, Editora Revinter, 1999.
- LEONARDI, G.L. & SPERS, V.R.E. **Cosmetologia & Empreendedorismo**, 1ª ed., Pharmabooks, 2015.
- BRAGA, Denise. **Terapia capilar**: manual de instruções. Brasília: SENAC, 2014.
- GHACHACHE, Rose. **Caderno de tendências 2019-2020 - Vol.4**: higiene pessoal - perfumaria - cosméticos. Coordenação de Manoel Teixeira SIMÕES; ABIHPEC - Associação Brasileira da

MANTENEDORA: PRÓ-TÉCNICA PAULISTA LTDA. CNPJ nº 60.704.335/0001-12

Rede credenciamento: Portaria MEC nº 284, de 11/05/2021, DOU de 13/05/2021, Seção 1, pág. 320

Rua Brigadeiro Galvão, 540 – CEP 01151-000 – São Paulo/SP – Tel.: (0xx11) 3824 3660 - www.oswaldocruz.br – e-mail: secretariageral@oswaldocruz.br

Ind. de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos. São Paulo: BB Editora, 2019. [Documento eletrônico]

VARGAS, Ricardo Viana. **Gerenciamento de projetos**: estabelecendo diferenciais competitivos. Rio de Janeiro: BRASPORT, 2003.

GASNIER, Daniel Georges. **Guia prático para gerenciamento de projetos**: manual de sobrevivência para os profissionais de projetos. 6. ed. São Paulo: IMAM, 2012.

VARGAS, Ricardo Viana. **Manual prático do plano de projeto**: utilizando o PMBOK Guide. 4. ed. Rio de Janeiro: BRASPORT, 2009.

PERIÓDICOS RECOMENDADOS

Abrenews. <http://www.abre.org.br/>.

Atualidade Cosmética. ISSN 1415-3998.

Packing Cosmética : Disponível em: <http://www.cosmeticanews.com.br/>

MÓDULO: PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS COSMÉTICOS (PDP)

DISCIPLINA: Embalagens em Cosméticos

Carga Horária: Teórica: 40 h/a - Prática: --- h/a - Semestral: 40 h/a

OBJETIVOS

A Disciplina propicia ao estudante uma visão abrangente dos principais materiais utilizados na fabricação de embalagens para cosméticos e suas diversas formas de aplicação.

Desenvolver senso crítico da importância de se pesquisar e desenvolver embalagens em paralelo com as formulações e verificar desde a elaboração de protótipos sua compatibilidades e incompatibilidades

EMENTA

A disciplina virá trazer a embalagem no mesmo nível de importância durante o processo de concepção, pesquisa, desenvolvimento, controle de qualidade e produção de cosméticos de alta qualidade e atratividade devido a designs diferenciados e formas de proteção que propicia um prazo de validade maior ao produto acabado nas prateleiras.

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. Introdução
 - 1.1 – O que é embalagem?
 - 1.2 – História da embalagem
 - 1.3 – Tipos de Embalagem
 - 1.4 – Importância da Embalagem
 - 1.5 – Curiosidades de Embalagem
 - 1.6 – Estratégia de Marketing para Embalagem
2. Critérios para Escolha de Embalagem
 - 2.1 – Custo

- 2.2 – Qualidade
- 2.3 – Designe de Embalagem
- 2.4 – Tendência e Inovação
- 2.5 – Funcionalidade
- 2.6 – Fornecedor
- 2.7 – Qualificação de Fornecedor
- 3. Etapas em Laboratório
 - 3.1 – Desenvolvimento de Novas Ideias em Embalagens
 - 3.2 – BPF – Boas Práticas de Fabricação
 - 3.3 - Controle de Qualidade de Embalagem
 - 3.4 – Estabilidade de Embalagem (atrelada ao produto desenvolvido)
- 4. Legislação
 - 4.1 – Rotulagem
 - 4.2 – Dizeres de rotulagem
 - 4.3 – Código de Barras
 - 4.4 – Símbolos
- 5. Inclusão Social em Embalagens
 - 5.1 – Noções de Escrita Braille
- 6. Logística
 - 6.1 – Logística Reversa
 - 6.2 – Amarração em Pallets

CRONOGRAMA TEMPORAL

- 1. Introdução - 3 aulas
 - 1.1 – O que é embalagem?
 - 1.2 – História da embalagem
 - 1.3 – Tipos de Embalagem
 - 1.4 – Importância da Embalagem

- 1.5 – Curiosidades de Embalagem
- 1.6 – Estratégia de Marketing para Embalagem
- 2. Critérios para Escolha de Embalagem – 4 aulas
 - 2.1 – Custo
 - 2.2 – Qualidade
 - 2.3 – Designe de Embalagem
 - 2.4 – Tendência e Inovação
 - 2.5 – Funcionalidade
 - 2.6 – Fornecedor
 - 2.7 – Qualificação de Fornecedor
- 3. Etapas em Laboratório – 4 aulas
 - 3.1 – Desenvolvimento de Novas Ideias em Embalagens
 - 3.2 – BPF – Boas Práticas de Fabricação
 - 3.3 - Controle de Qualidade de Embalagem
 - 3.4 – Estabilidade de Embalagem (atrelada ao produto desenvolvido)
- 4. Legislação – 2 aulas
 - 4.1 – Rotulagem
 - 4.2 – Dizeres de rotulagem
 - 4.3 – Código de Barras
 - 4.4 – Símbolos
- 5. Inclusão Social em Embalagens – 2 aulas
 - 5.1 – Noções de Escrita Braille
- 6. Logística – 2 aulas
 - 6.1 – Logística Reversa
 - 6.2 – Amarração em Pallets

ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO CURSO

O desenvolvimento do conteúdo programático será executado por meio de aulas expositivas e práticas, com a participação ativa dos estudantes e acompanhada de exercícios relacionados com os assuntos abordados na teoria e voltados às suas aplicações práticas com vistas à interdisciplinaridade.

Exercícios de Revisão

Projeto Interdisciplinar

Visitas técnicas a empresas cosméticas

Visitas a feiras do setor cosmético

Palestras

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CAVALCANTI, Pedro; CHAGAS, Carmo. **História da embalagem no Brasil**. São Paulo: Grifo, 2006.

MORETTO, Lauro D; CALIXTO, Jair. **Qualificação de fornecedores: material de embalagem**. São Paulo: Sindusfarma, 2009. v. 2.

ORTIZ, Sylvio Alves; JAIME, Sandra Balan Mendoza; SEGANTINI, Elisabete; OLIVEIRA,

Léa Mariza de. **Avaliação da qualidade de embalagens de vidro**. Campinas: ITAL, 1996.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

GURGEL, Floriano do Amaral. **Administração da embalagem**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

MONT'ALVÃO, Cláudia. **Design de advertência para embalagens**. São Paulo: 2AB, 2000. (Coleção BaseDesign).

SARANTÓPOULOS, Claire I. G. L.; OLIVEIRA, Léa Mariza de *et al.* **Embalagens plásticas flexíveis: principais polímeros e avaliação de propriedades**. Campinas: CETEA/ITAL, 2002.

MESTRINER, Fabio. **Design de embalagem: curso básico**. 1. ed. São Paulo: Makron Books, 2001.

EMBALAGENS: design, materiais, processos, máquinas e sustentabilidade. Coordenação de Assunta Napolitano CAMILO. 1. ed. Barueri: Instituto de Embalagens, 2011.

ANYADIKE, Nnamdi. **Embalagens flexíveis - Vol.1**. Tradução de Rogério Henrique JÖNCK. 1. ed. São Paulo: Edgard Blucher, 2010.

GOBE, Antonio Carlos *et al.* **Gerência de produtos**. Coordenação de Júlio César Tavares MOREIRA. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2004.

MANTENEDORA: PRÓ-TÉCNICA PAULISTA LTDA. CNPJ nº 60.704.335/0001-12

Recredenciamento: Portaria MEC nº 284, de 11/05/2021, DOU de 13/05/2021, Seção 1, pág. 320

Rua Brigadeiro Galvão, 540 – CEP 01151-000 – São Paulo/SP – Tel.: (0xx11) 3824 3660 - www.oswaldocruz.br – e-mail: secretariageral@oswaldocruz.br

PERIÓDICOS RECOMENDADOS

Embanews. Novaeditora. Disponível: <http://www.embanews.com/nossos-servicos>

Pack: Embalagem, Tecnologia, Design, Inovação.

http://www.pack.com.br/Instit_Edicoes_Anteriores.aspx

MÓDULO: *PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS COSMÉTICOS (PDP)*

DISCIPLINA: Tópicos Avançados e Inovação

Carga Horária: Teórica: 80 h/a - Prática: --- h/a - Semestral: 80 h/a

OBJETIVOS

A Disciplina propicia ao estudante uma visão crítica e prática sobre inovação a partir dos desafios de desenvolver novas formas de experiências de consumo em ambientes complexos e reais.

Oferecer um ambiente provocativo e aplicável as dinâmicas de mercado, para que o aluno possa transformar ideias, projetos e desafios em um modelo de negócio realista e com claros diferenciais competitivos para o mercado de beleza.

EMENTA

A Disciplina dá ferramentas e habilidades para que o aluno utilize a inovação como estratégia de desenvolvimento de negócios, produtos e serviços.

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

Módulo 1. Design de negócios

Orientação: Dedicada para desenvolver conceito e estratégia de marca tendo como base a inovação, experiências de consumos e rituais de beleza

Módulo 2. Pop up nights: Encontros

Orientação: Possibilitar aos alunos interação, troca de experiências, network e validação de ideias e modelos de negócios com players do mercado convidados.

Módulo 3. Consolidação de modelo de negócio

Orientação: Consolidar o conteúdo proposto durante o curso em um modelo de negócio assertivo e coerente.

Módulo 4 – Demo Day.

Orientação: Apresentação dos modelos de negócios desenvolvidos em formato de Pitch

CRONOGRAMA TEMPORAL

Aula 1. Apresentação da jornada

Objetivo: Apresentar o processo, as promessas e as entregas da jornada.

Aula 1.1 – Apresentação do desafio - NICHÔ

Objetivo: Apresentar o processo que será usado durante o semestre

Aula. 1.2 – Canvas, para que te quero?

Objetivo: Apresentar o processo de desenvolvimento do método CANVAS de desenvolvimento de modelo de negócio, que servirá de base para o aluno ao longo do semestre

Aula 2. Pensamento crítico, complexo e decolonial

Objetivo: Estimular com que o aluno possa pôr em prática uma forma sistêmica, crítica e autêntica de pensamento, o que por consequência possibilita uma análise mais profunda e assertivas dos cenários de mercado e contexto de consumo.

Entrega: Competências e habilidades reflexivas orientadas para inovação

Aula 3. Análise de contexto (mercado e nicho consumo)

Objetivo: Possibilitar com que o aluno crie diagnósticos estruturados orientados para o desenvolvimento da estratégia de marca, comunicação e inovação de seu modelo de negócio.

Entrega: Mapa de diagnóstico – tendência, público e concorrência

Aula 4. Análise de Público-alvo

Objetivo: Propiciar ao aluno uma imersão no público-alvo de seu modelo de negócio para possibilitar a criação de um mapa de perfil de público.

Entrega: Mapa de perfil de público-alvo

Aula 4.1 Claim, rituais e persona

Objetivo: Tendo como base o público-alvo, o aluno irá desenvolver personas para possibilitar o desenvolvimento de estratégias de interação entre marca e público-alvo

Entrega: Plataforma de personas

Aula 5: Design de conceito

Objetivo: Auxiliar o aluno a definir o DNA da marca de seu modelo de negócio

Entrega: Plataforma de conceito

Aula 6. Pop up nights:

Objetivo: Apresentação de vídeos de players do mercado sobre as oportunidades de inovação para o mercado de beleza

Aula 7: Comportamento de marca e estratégia de design de embalagem

Objetivo: Traduzir a proposta de valor em comportamento de marca (linguagem e gráfica) e em

pensamento estratégico para o desenvolvimento do design da embalagem do modelo de negócio do aluno

Entrega: Plataforma de comportamento de marca

Aula 8. Estratégia de comunicação territorial

Objetivo: O aluno irá traduzir o DNA e o comportamento de sua marca, em estratégia de comunicação com seu público-alvo a partir da abordagem do storytelling e transmídia

Entrega: Visão estratégica sobre mídias e interação com o público

Aula 9. Pop up nights:

Objetivo: Apresentação de vídeos de players do mercado sobre as oportunidades de inovação para o mercado de beleza

Aula 10 - Jornada de experiência e canal de venda

Objetivo: Mapear o ecossistema de experiência de consumo para desenhar inovações em pontos de interação com o público-alvo

Entrega: Mapeamento e estratégia de interação com o público

Aula 11 - Cultura organizacional como pilar de inovação e reputação

Objetivo: Traduzir o DNA da marca e toda a sua potência em direcionamento de cultura organizacional

Entrega: Códigos culturais

Aula 11.1 – Gestão de marca

Objetivo: Auxiliar o aluno a desenvolver as boas práticas de gestão de marca de seu modelo de negócio

Entrega: Boas práticas de gestão de marca

Aula 12. Preparação para o Pitch

Objetivo: Começar a traduzir o modelo de negócio em formato de Pitch

Entrega: Apresentação do modelo de negócio

Aula 12.1 Desafio de vendas

Objetivo: O aluno será desafiado a vender o seu produto em um espaço curto de tempo

Entrega: Habilidade de vendas

Aula 13. Demo Day (Prova)

Objetivo: Apresentação do modelo de negócio dos alunos para uma banca de convidados especiais.

ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO CURSO

1. Assistir lives e palestras

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

OSTERWALDER, Alex.; PIGNEUR, Yves. **Business Model Generation: Inovação Em Modelos De Negócios**. Editora [Enactus Brasil](http://www.enactusbrasil.com.br)

ALT, Luis; PINHEIRO, Tenny. **Design Thinking Brasil - Empatia, Colaboração e Experimentação Para Pessoas, Negócios e Sociedade**. Editora Alta Books

MCDONOUGH, William; BRAUGART, Michael. **Cradle to Cradle – Criar e reciclar ilimitadamente**. Editora Gustavo Gili

IDEO. **The Field Guide to Human -Centered Design**. Disponível em:
<<http://www.designkit.org/resources/1>>

FARIAS, Marcelo. **Design Estratégico nas Organizações**. Disponível em:
<<https://www.youtube.com/watch?v=Gml7Va2IhPc>>

KELLEY, Tom; LITTMAN, Jonathan; LOPES, Maria Claudia. **A arte da inovação**. São Paulo: Futura, 2002.

PEARSON EDUCATION DO BRASIL. **Criatividade e inovação**. São Paulo: Pearson Education, 2011.

PETROSKI, Henry. **Inovação: da ideia ao produto**. São Paulo: Blucher, 2008.

SELL, Charles. **The chemistry of fragrances: from perfumer to consumer**. New York: RSC Publishing, 2006.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

GAMBINI, Roberto. **Espelho Índio: A formação da alma brasileira**. Editoras Axis Mundi e Terceiro Nome, 2000.

GAMBINI, Roberto. **A Alma Ancestral do Brasil**. 2012. (27m09s). Disponível em:
<<https://www.youtube.com/watch?v=ZPon2i7Ya18>>

KOTLER, Philip; TRÍAS DE BES, Fernando. **A bíblia da inovação**. São Paulo: Leya, 2011.

NONAKA, Ikujiro; TAKEUCHI, Hirotaka. **Criação de conhecimento na empresa: como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação**. Rio de Janeiro: Elsevier, 1997.

MANTENEDORA: PRÓ-TÉCNICA PAULISTA LTDA. CNPJ nº 60.704.335/0001-12

Rede credenciamento: Portaria MEC nº 284, de 11/05/2021, DOU de 13/05/2021, Seção 1, pág. 320

Rua Brigadeiro Galvão, 540 – CEP 01151-000 – São Paulo/SP – Tel.: (0xx11) 3824 3660 - www.oswaldocruz.br – e-mail: secretariageral@oswaldocruz.br

SALERNO, Mario Sergio (Org.) *et al.* **Inovação - Vol.1:** estudos de jovens e pesquisadores brasileiros. São Paulo: Papagaio, 2010. v. 1. E v. 2 (Coleção Innova Signa).

WEISZ, Joel. **Mecanismos de apoio à inovação tecnológica.** Brasília: SENAI/DN, 2006.

PERIÓDICOS RECOMENDADOS

C&T - Cosmetics & Toiletries

Revista Atualidade Cosmética

H&C – Household & Cosmetics

Plataforma Beleza Antirracista

Revista Design, Inovação e Gestão Estratégica. ISSN 2179-1619. Disponível em:

<http://www.cetiq.t.senai.br/ead/redige/index.php/redige/issue/archive>

MÓDULO: PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS COSMÉTICOS (PDP)

DISCIPLINA: Estudos de Estabilidade de Cosméticos

Carga Horária: Teórica: 40 h/a - Prática: --- h/a - Semestral: 40 h/a

OBJETIVOS

Conhecer os princípios básicos que norteiam a avaliação de estabilidade de cosméticos e seus fatores intrínsecos e extrínsecos. Reconhecer qual melhor teste para avaliar a estabilidade de um tipo específico de cosmético. Ser capaz de estabelecer prazos de validade para produtos cosméticos.

Capacidade de definir os conceitos necessários para avaliar o produto visando definir o prazo de validade e assim garantir a qualidade do produto final.

EMENTA

A disciplina capacita o estudante a avaliar os resultados do estudo de estabilidade através dos princípios básicos que norteiam a avaliação de estabilidade de produtos cosméticos e seus fatores intrínsecos e extrínsecos.

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. Estabilidade
 - 1.1 Definição
 - 1.2 Estabilidade Física
 - 1.3 Estabilidade Química
 - 1.4 Estabilidade Microbiológica
 - 1.5 Produto X Material de Acondicionamento
2. Guia de estabilidade
 - 2.1 Apresentação
3. Instabilidade
 - 3.1 Instabilidade em Emulsões

- 3.2 Instabilidades em Shampoos
- 3.3 Instabilidades de Fragrâncias
- 3.4. Identificando as instabilidades nos produtos cosméticos
- 4. Ensaio de Estabilidade
 - 4.1 Estabilidade Preliminar
 - 4.2 Estabilidade Acelerada
 - 4.3 Metodologias
- 5. Ensaio físico-químico e microbiológico no estudo de estabilidade
- 6. Métodos cromatográficos no estudo de estabilidade.
 - 6.1 Definição
 - 6.2 Fundamentos

CRONOGRAMA TEMPORAL

- 1. Estabilidade – 8 aulas;
- 2. Guia de Estabilidade- 4 aulas
- 3. Instabilidade- 8 aulas
- 4. Ensaio de Estabilidade – 8 aulas
- 5. Ensaio físico-químico e microbiológico no estudo de estabilidade - 4 aulas
- 6. Métodos Cromatográficos no estudo de estabilidade-4 aulas

ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO CURSO

- Aulas expositivas;
- Utilização de equipamentos audiovisuais;
- Estudo dirigido em pequenos grupos;
- Exercícios de aplicação;
- Pesquisas em livros, periódicos e sites da Web;
- Apresentação de seminários ou trabalhos pelos alunos
- Aulas práticas em laboratório.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CIENFUEGOS, Freddy; VAITSMAN, Delmo S. **Análise instrumental**. Rio de Janeiro: Interciência, 2000.

GUIA de estabilidade de produtos cosméticos. Brasília: ANVISA, 2004. 2.35 mb. Disponível em:
<<http://portal.anvisa.gov.br/documents/106351/107910/Guia+de+Estabilidade+de+Produtos+Cosm%C3%A9ticos/49cdf34c-b697-4af3-8647-dcb600f753e2>>. Acesso em: 01 dez. 2016.
[Documento eletrônico]

WILKINSON, J. B; MOORE, R. J. **Cosmetologia de Harry**. Madrid: Díaz de Santos, 1990.

SCHUELLER, Randy; ROMANOWSKI, Perry. **Iniciação à química cosmética - Vol. 1**. Tradução de Cristiane Martins SANTOS. 1. ed. São Paulo: Tecnopress, 2001.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

EUROPEAN PHARMACOPOEIA. **European Pharmacopoeia**. Europa: EDQM, 2002. v. 1 .
FARMACOPÉIA Brasileira - parte 1. São Paulo: Atheneu, 1988.

FARMACOPÉIA Homeopática Brasileira. São Paulo: ANVISA, 2011. Disponível em:
<http://www.anvisa.gov.br/hotsite/farmacopeiabrasileira/conteudo/3a_edicao.pdf>. Acesso em:
01 dez. 2016. [Documento eletrônico]

VOGEL, Arthur Israel; MENDHAM, J.; DENNEY, R. C. **Análise química quantitativa**. Rio de Janeiro: LTC, 2002.

BARATA, Eduardo A. F. **A cosmetologia**: princípios básicos. 1. ed. São Paulo: Tecnopress, 1995.

BAUMANN, Leslie. **Dermatologia cosmética**: princípios e prática. Tradução de Nelson Gomes de OLIVEIRA, Douglas Arthur Omena FUTURO. 1. ed. Rio de Janeiro: Revinter, 2004.

COSPHA, Dehydag; LABORATÓRIOS HENKEL. **Fórmulas de orientación para preparados cosméticos**. 1. ed. São Paulo: Henkel, 1988.

PERIÓDICOS RECOMENDADOS

Atualidade Cosmética. ISSN 1415-3998.

Cosmetics & Toiletries Brasil: revista de cosméticos & tecnologia. ISSN 0103-4030.

Cosmetics & Toiletries. ISSN 1980-9832.

Revista Brasileira de Estética. ISSN 2319-0426.

MÓDULO: PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS COSMÉTICOS (PDP)

DISCIPLINA: Tópicos Profissionais para Desenvolvimento de Cosméticos

Carga Horária: Teórica: 4 h/a - Prática: --- h/a - Semestral: 80 h/a

OBJETIVOS

A Disciplina propicia ao estudante conhecer as técnicas de comunicação oral e escrita, bem como as normas; técnicas para redação, formatação e apresentação de trabalhos acadêmicos; O aluno elaborará um Projeto Multidisciplinar, cujo objetivo visa abranger aspectos relacionados ao aprendizado do Módulo. A disciplina é composta de 2 (duas) etapas, sendo que a primeira é destinada ao aprendizado dos conceitos da Metodologia empregada na elaboração de trabalhos científicos, e a segunda parte refere-se à elaboração propriamente dita do Trabalho de Conclusão de Módulo. Nesse contexto a disciplina visa propiciar ao estudante os instrumentos necessários para despertar-lhe hábito de estudo, desenvolver raciocínio lógico; senso crítico e criatividade para a pesquisa científica. Propiciar-lhe, também, a compreensão da Metodologia aplicada na elaboração de trabalhos técnico-científicos, projetos de pesquisa, trabalho de conclusão de curso, bem como a de artigos para publicação em revistas, Congressos, Encontros, entre outros eventos de caráter técnico-científico.

EMENTA

A Disciplina capacita o estudante a aplicar os conceitos metodológicos como instrumental básico para elaboração de resumos, fichamentos, monografias, trabalhos acadêmicos e científicos. Estabelece censo crítico, capacidade de análise e síntese. Descreve resultados obtidos em pesquisas, de forma clara e objetiva, visando a participação significativa de seu conhecimento junto à sociedade. Estudo do pensamento científico. Caracterização da Informação científica. Apresentação das regras e normas do trabalho acadêmico. Tipos de Trabalhos científicos. Introdução e reflexão sobre dilemas éticos em pesquisa. Elaboração de Projeto de Pesquisa. Conclusão e apresentação do Artigo Científico, que envolve o levantamento, a análise e a difusão dos resultados obtidos na pesquisa realizada pelo discente, dentro do que é preconizado pela metodologia oficial das Faculdades Oswaldo Cruz. Apresentação das regras e normas do trabalho acadêmico. Tipos de Trabalhos científicos. Elaboração de Projeto de Pesquisa. Elaboração de artigo científico com temas que envolvam processos produtivos e fenômenos de transporte na elaboração fabril de alimentos. Elaboração e apresentação do Trabalho de Conclusão de Módulo, que envolve o levantamento, a análise e a difusão dos resultados obtidos na pesquisa realizada pelo discente, dentro do que é preconizado pela metodologia oficial das Faculdades Oswaldo Cruz.

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. A metodologia científica: Conceituação, Importância, objetivos, divisão da metodologia.
2. Métodos e estratégias de estudo e aprendizagem: Conhecimento e saber.

FACULDADE DE TECNOLOGIA OSWALDO CRUZ – e-MEC nº 1743

MANTENEDORA: PRÓ-TÉCNICA PAULISTA LTDA. CNPJ nº 60.704.335/0001-12

Red credenciamento: Portaria MEC nº 284, de 11/05/2021, DOU de 13/05/2021, Seção 1, pág. 320

Rua Brigadeiro Galvão, 540 – CEP 01151-000 – São Paulo/SP – Tel.: (0xx11) 3824 3660 - www.oswaldocruz.br – e-mail: secretariageral@oswaldocruz.br

3. A ciência e suas implicações: o pensamento científico: Características do conhecimento científico (comportamento científico); aplicação do conhecimento científico.
4. Método, Teoria e Lei científica: Método de observação, Indução e Dedução, Experimentação. Procedimentos metodológicos para a construção do trabalho científico.
5. A pesquisa científica: Coleta de dados, Tipos de questionários e/ou entrevistas, estudo de caso. Confeção de relatórios e resenhas.
6. Tipos de trabalhos científicos: Monografia; dissertação; tese; Artigo; trabalho para evento técnico-científico. A informação científica: localização da informação científica;
7. Documento científico; tipos de documentos científicos.
8. Questões éticas em pesquisa científica; Princípios éticos em pesquisa; ética em pesquisa bibliográfica;
9. O termo de consentimento livre esclarecido; a responsabilidade social do pesquisador.
10. Plágio Acadêmico.
11. Estruturação do trabalho científico. Manual de metodologia de trabalhos de conclusão de curso ou módulo.
12. Elaboração de um artigo científico sobre processos fabris de elaboração de cosméticos.
13. Importância das referências bibliográficas no trabalho científico.
14. Regras e normas do trabalho acadêmico: Normas de citação Vancouver, ISO, ABNT; Fontes bibliográficas; Leitura: objetivos, fases e resumos.
15. O projeto de Pesquisa: a linguagem científica e a estrutura para a elaboração; Elaboração do projeto modular (TCM)

CRONOGRAMA TEMPORAL

1. A metodologia científica: Conceituação, Importância, objetivos, divisão da metodologia.
2. Métodos e estratégias de estudo e aprendizagem: Conhecimento e saber. (2 aulas)
3. A ciência e suas implicações: o pensamento científico: Características do conhecimento científico (comportamento científico); aplicação do conhecimento científico. (2 aulas)
4. Método, Teoria e Lei científica: Método de observação, Indução e Dedução, Experimentação. Procedimentos metodológicos para a construção do trabalho científico. (2 aulas)
5. A pesquisa científica: Coleta de dados, Tipos de questionários e/ou entrevistas, estudo de caso. Confeção de relatórios e resenhas. (2 aulas)
6. Tipos de trabalhos científicos: Monografia; dissertação; tese; Artigo; trabalho para evento técnico-científico. A informação científica: localização da informação científica. (2 aulas)
7. Documento científico; tipos de documentos científicos. (1 aula)
8. Questões éticas em pesquisa científica; Princípios éticos em pesquisa; ética em pesquisa bibliográfica; (1 aula)
9. O termo de consentimento livre esclarecido; a responsabilidade social do pesquisador.
10. Plágio acadêmico. (1 aula)
11. Estruturação do trabalho científico. Manual de metodologia de trabalhos de conclusão de curso ou módulo. (2 aulas)
12. Elaboração de um artigo científico sobre processos fabris de elaboração de cosméticos. (1 aula)
13. Importância das referências bibliográficas no trabalho científico. (1 aula)
14. Regras e normas do trabalho acadêmico: Normas de citação Vancouver, ISO, ABNT; Fontes bibliográficas. (1 aula)
15. O projeto de Pesquisa: a linguagem científica e a estrutura para a elaboração; Elaboração do projeto modular (TCM). (1 aula)

ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO CURSO

- Os alunos serão orientados a realizar pesquisas bibliográficas, elaboração de artigos científicos, exercícios relativos ao conteúdo programático ministrado em aula. Trabalhos científicos relacionados aos temas abordados no Componente serão indicados para estudo e posterior discussão.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 14724**. Informação e documentação – Trabalhos acadêmicos – Apresentação. Rio de Janeiro: ABNT, 2011.

CERVO, Amado Luiz. **Metodologia científica**. São Paulo: Prentice Hall, 2007.

GRUPO OSWALDO CRUZ. **Manual para elaboração de trabalhos de conclusão de curso**. São Paulo: Faculdades Oswaldo Cruz, 2017. [Documento eletrônico]

SEVERINO, A. J. **Metodologia do Trabalho Científico**. 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico**: elaboração de trabalhos na graduação. São Paulo: Atlas, 2010.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR6022**. Informação e documentação: artigo em publicação periódica científica impressa – Apresentação. Rio de Janeiro: ABNT, 2003.

LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2010.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez, 2007.

GONÇALVES, H. A. **Manual de projetos de pesquisa científica**. 2. ed. São Paulo: Avercamp, 2007.

MATTAR, J. **Metodologia científica na era da informática**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

PERIÓDICOS RECOMENDADOS

1. C&T - Cosmetics & Toiletries
2. Atualidade Cosmética
3. H&C – Household & Cosmetics

MÓDULO: ASSUNTOS REGULATÓRIOS E GESTÃO DE COSMÉTICOS (ARG)

DISCIPLINA: Legislação e Vigilância Sanitária

Carga Horária: Teórica: 80 h/a - Prática: --- h/a - Semestral: 80 h/a

OBJETIVOS

A Disciplina propicia ao estudante os fundamentos da legislação que disciplina os produtos de higiene pessoal, cosméticos e perfumes.

Propiciar ao estudante o conhecimento e a compreensão acerca dos fundamentos legais, capacitando-o a implantar os mesmos para a regularização de produtos desenvolvidos.

EMENTA

A Disciplina capacita o estudante a aplicar os conceitos técnicos adquiridos, quando da elaboração de formulações e textos de rotulagem.

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

- 1-Conceituação
- 2- Cosmetovigilância
- 3- Avaliação de produtos
- 4-Qualificação de fornecedores
- 5-Responsabilidade técnica
- 6-Estabilidade
- 7- Metrologia

CRONOGRAMA TEMPORAL

- Conceituação 18 h
- Cosmetovigilância 4h
- Avaliação de produto 2hs
- Qualificação de fornecedores 2h
- Responsabilidade técnica 2h
- Estabilidade 4h
- Metrologia 8h

ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO CURSO

O desenvolvimento do conteúdo programático será executado por meio de aulas expositivas, com a participação ativa dos estudantes e acompanhada de exercícios relacionados com os assuntos abordados na teoria e voltados às suas aplicações práticas com vistas à interdisciplinaridade.

Pesquisa bibliográfica, estudo de casos, interpretação das normas oficiais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BRANDÃO, L.. **Index ABC**. São Paulo: Associação Brasileira de Cosmetologia, 2009.

COLETANEA. **Vigilância sanitária**. São Paulo: Andrei, 1978.

BRASIL. **Resolução - RDC Nº 48**, de 25 de outubro de 2013 Nº 209 – DOU – 28/10/13 – seção 1 – p.63. Disponível em http://www.cvs.saude.sp.gov.br/up/U_ANVISA-RDC-48_251013%20Cosm%C3%A9ticos.pdf

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Guia para avaliação de segurança de produtos cosméticos**. Brasília: Anvisa, 2012. Disponível em: http://portal.anvisa.gov.br/wps/wcm/connect/92f15c004e219a73a96dbbc09d49251b/Guia_cosmeticos_grafica_final.pdf?MOD=AJPERES

BRASIL. ANVISA. **Resolução - RDC Nº. 332**, de 1º. de dezembro de 2005. Disponível em <http://portal.anvisa.gov.br/wps/wcm/connect/1d4e5e004aee4b10b7bcbfa337abae9d/Resolu%C3%A7%C3%A3o+RDC+n%C2%BA+332,+de+01+de+dezembro+de+2005.pdf?MOD=AJPERES>

Conselho Regional de Química 4ª Região. **Entendendo a responsabilidade técnica**. Disponível em http://www.crq4.org.br/sms/files/file/Entendendo%20a%20Responsabilidade%20T%C3%A9cnica_completo.pdf

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CAMPOS, V. F. **Controle da qualidade total**. Belo Horizonte: UFMG, 1995.

CHANG, Y. **Qualidade na prática**. São Paulo: Campus, 1999.

CHUNG, T. **Qualidade começa em mim**. São Paulo: Maltese, 1996.

VIEIRA FILHO, Geraldo. **Gestão da qualidade total**: uma abordagem prática. Campinas: Alínea, 2012.

MARQUES, Maria Cristina. **Casos e fatos da vigilância sanitária sobre a saúde e a sociedade**. Org. Elizeu DINIZ, Marisa Lima CARVALHO, Scheila Duarte PEREIRA. 1. ed. São Paulo: Sobravime, 2002.

BUENO, Eduardo; BRASIL. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **À sua saúde**: a vigilância sanitária na história do Brasil. 1. ed. Brasília: ANVISA, 2005.

COSTA, Ediná Alves. **Vigilância sanitária**: proteção e defesa da saúde. 2. ed. aumentada São Paulo: Sociedade Brasileira de Vigilância de Medicamentos, 2004.

PERIÓDICOS RECOMENDADOS

Alimentos e Nutrição. ISSN 2179-4448. Disponível em:

<http://seer.fcfar.unesp.br/aen/index.php/aen/issue/archive>.

Engenharia Sanitária e Ambiental. ISSN 1809-4457 Disponível em:

http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_issues&pid=1413-4152&lng=pt&nrm=iso.

Revista Brasileira de Ciência do Solo. ISSN 1806-9657. Disponível em:

http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_issues&pid=0100-0683&lng=pt&nrm=iso.

MÓDULO: ASSUNTOS REGULATÓRIOS E GESTÃO DE COSMÉTICOS (ARG)

DISCIPLINA: Marketing Aplicado

Carga Horária: Teórica: 80 h/a - Prática: --- h/a - Semestral: 80 h/a

OBJETIVOS

Proporcionar o conhecimento geral sobre os conceitos básicos de marketing aplicado a área cosmética. Análise de cenários, sistemas de informação, pesquisa de marketing, preço, propaganda, comunicação, globalização, são alguns dos tópicos que são abordados.

Desenvolver uma visão ampla e estratégica da empresa e de como ela deve manter seu diferencial competitivo. Explorar as ferramentas de marketing, a fim de estabelecer uma relação relevante junto ao seu público.

EMENTA

Conhecer os fundamentos de marketing para dominar as bases que controlam e aquecem o mercado de cosméticos
Conhecer o mercado consumidor e saber analisá-lo adequadamente rumo à excelência.
Classificar mercados
Definir público-alvo
Definir necessidades e desejos dos consumidores de cosméticos
Reconhecer a importância do mix de marketing para desenvolvimento de bons cosméticos no mercado
Classificar o mercado consumidor e o mercado organizacional
Identificar mercado potencial
Comparar mercados consumidores
Marketing e Sustentabilidade
Utilizar técnicas para satisfazer, conquistar e surpreender o público-alvo
Empregar conceitos de marketing para o desenvolvimento de novos produtos
Estruturar planos de relacionamento com consumidores
Estudos das relações étnico-raciais no país.
Refletir sobre a exclusão sócio econômica dos negros, indígenas e o racismo.
Analisar direitos civis e políticos, direito econômico e social.

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. Apresentação do Programa, conteúdo, avaliação
2. Noções gerais de Marketing – conceitos e classificações Mercado consumidor de cosméticos no Brasil e no mundo
3. Mercado de cosméticos no Brasil e no Mundo Posicionamento de marcas e empresas
4. Papel crítico do marketing nas organizações e na sociedade Valor para o Consumidor
5. Sistema de informação de marketing e pesquisa de marketing
6. Análise do ambiente de marketing Mix de Marketing
7. Análise do mercado consumidor e do comportamento do comprador
8. Análise dos concorrentes
9. Marketing e Sustentabilidade
10. Segmentos de mercado e seleção de mercados-alvo e posicionamento
11. Preço – programas e estratégias
12. Seleção e administração de canais
13. Promoção / Comunicação / Propaganda
14. Marketing direto
15. Marketing para mercado global / Marketing 3.0
- 15 Estudos das relações étnico-raciais no país.
- 16 Refletir sobre a exclusão sócio econômica dos negros, indígenas e o racismo.
- 17 Analisar direitos civis e políticos, direito econômico e social.

CRONOGRAMA TEMPORAL

1. Apresentação da disciplina, plano de ensino, avaliações – 2 aulas
2. Noções gerais de Marketing – conceitos e classificações - 2 aulas
3. Mercado de cosméticos no Brasil e no Mundo – 2 aulas
4. Papel crítico do marketing nas organizações e na sociedade – 2 aulas
5. Sistema de informação de marketing e pesquisa de marketing – 1 aula
6. Análise do ambiente de marketing – 1 aula
7. Análise do mercado consumidor e do comportamento do comprador – 4 aulas
8. Análise dos concorrentes- Marketing e Sustentabilidade – 2 aulas

9. Segmentos de mercado e seleção de mercados-alvo e posicionamento – 1 aula
10. Preço – programas e estratégias – 2 aulas
11. Seleção e administração de canais – 2 aulas
12. Promoção / Comunicação / Propaganda -2 aulas
13. Marketing direto – 2 aulas
14. Marketing para Mercado global / Marketing 3.0 - 2 aulas
15. Estudos das relações étnico-raciais no país. 2 aulas
16. Refletir sobre a exclusão sócio econômica dos negros, indígenas e o racismo. 2 aulas
17. Analisar direitos civis e políticos, direito econômico e social. 2 aulas

ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO CURSO

- Aulas expositivas;
- Utilização de equipamentos audiovisuais;
- Estudo dirigido em pequenos grupos;
- Exercícios de aplicação;
- Pesquisas em livros, periódicos e sites da Web.
- Listas de exercícios domiciliares;

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KELLER, Kevin Lane; KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. São Paulo: Pearson Education, 2012. 2.

KOTLER, Philip. **Marketing de A a Z**: 80 conceitos que todo profissional precisa saber. São Paulo: Atlas, 2003.

PASQUALE, Perrotti Pietrangelo. **Neuromarketing**: a teoria na prática. São Paulo: Plêiade, 2014.

KOTLER, Philip. **Marketing para o século XXI**: como criar, conquistar e dominar mercados. Tradução de Carlos SZLAK. 1. ed. São Paulo: Edipro, 2009

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AMUI, Adriano Maluf *et al.* **Trade marketing**: pontos de vista expandidos. São Paulo: LCTE, 2012.

DE BES, Fernando; KOTLER, Philip. **A bíblia da inovação**. São Paulo: Leya, 2011.

GARCILLÁM, Mencia. **Marketing para cosméticos**: uma abordagem internacional. São Paulo: Thomson Learning, 2008. (Série Profissional)

PIERCY, Nigel F.; NICOULAUD, Brigitte; HOOLEY, Graham J. **Estratégia de marketing e posicionamento competitivo**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

PERIÓDICOS RECOMENDADOS

Adnews em Revista. <http://www.adnews.com.br/>

Marketing Direto. <http://www.abemd.org.br/pagina.php?id=25>

Mundo do Marketing. <http://www.mundodomarketing.com.br/>

MÓDULO: *ASSUNTOS REGULATÓRIOS E GESTÃO DE COSMÉTICOS (ARG)*

DISCIPLINA: Responsabilidade Social

Carga Horária: Teórica: 80 h/a - Prática: --- h/a - Semestral: 80 h/a

OBJETIVOS

A disciplina propicia ao estudante os fundamentos de Responsabilidade Social, devendo as habilidades necessárias para a compreensão das decisões de escolha dos mesmos, na elaboração de projetos sociais.

Formar profissionais com conhecimentos abrangentes, para atuarem nas empresas de produtos cosméticos na elaboração de projetos de Responsabilidade Social.

EMENTA

Conhecer conceitos básicos de Responsabilidade Social

Estabelecer os instrumentos necessários para a compreensão das decisões de escolha na elaboração e execução de projetos sociais em empresas cosméticas

Reconhecer as consequências das decisões de responsabilidade social para a empresa e a sociedade

Atuar na elaboração de projetos de responsabilidade social na empresa de produtos cosméticos

Participar do processo de tomada de decisão empresarial quanto à elaboração e execução de projetos sociais

Atuar de forma eficaz para a contribuição de uma sociedade mais consciente e participativa

Conhecer Estudos das relações étnico-raciais no país.

Conhecer a legislação: a lei contra o racismo

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. Visão geral do curso: plano de ensino. Noções de responsabilidade social e seus efeitos na sociedade
2. O novo contexto econômico e a responsabilidade social das empresas
3. Responsabilidade social corporativa: bem-estar social e maior lucratividade
4. Conceitos da Teoria do Stakeholder
5. Conceito de Ética, cultura afro-brasileira e indígena
6. **Relações Étnico-Raciais:**
 - Conceito de raça e etnia

- Formação étnico-racial da sociedade brasileira
 - Relacionamento e aspectos étnico-raciais
 - Conflitos e conquistas das minorias sociais
 - Tendências étnico-raciais no Brasil / Mundo
7. **História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena:**
- Significado e a importância da cultura afro-brasileira e indígena
 - Marcas das culturas indígenas e afro-brasileiras
 - Expressões culturais afro-brasileiras e indígenas
8. Ética Empresarial
9. Indicadores Ethos: Visão, Missão, Ética e Prestação de Contas
10. Local de trabalho: Práticas gerais; Diversidade
11. Local de trabalho: Assédio Sexual; Delegação de Poderes
12. Assédio Moral
13. Local de trabalho: Remuneração e incentivos; Redução do quadro de demissões
14. Meio ambiente: Uso eficaz de energia e água
15. Meio ambiente: Prevenção de poluição
16. Meio ambiente: Minimização de resíduos
17. Comunidade: Global, Trabalho Voluntário, Filantropia
18. Elaboração de projetos de Responsabilidade Social: A escolha do foco
19. Elaboração de projetos de Responsabilidade Social: Objetivos: Geral e do projeto
20. Elaboração de projetos de Responsabilidade Social: Atividades
21. Elaboração de projetos de Responsabilidade Social: Cronograma e orçamento
22. Elaboração de projetos de Responsabilidade Social: Riscos
23. Fotos e vídeo da ação de Responsabilidade Social
24. Revisão da Matéria e Fechamento

CRONOGRAMA TEMPORAL

1. Visão geral do curso: plano de ensino. Noções de responsabilidade social e seus efeitos na sociedade – 3h
2. O novo contexto econômico e a responsabilidade social das empresas– 3h
3. Responsabilidade social corporativa: bem-estar social e maior lucratividade– 3h
4. Conceitos básicos: plural, distributiva, sustentável e transparente– 3h
5. Conceitos da Teoria do Stakeholder– 3h
6. Conceito de Ética, cultura afro-brasileira e indígena
7. **Relações Étnico-Raciais:** – 3h
 - Conceito de raça e etnia

- Formação étnico-racial da sociedade brasileira
- Relacionamento e aspectos étnico-raciais
- Conflitos e conquistas das minorias sociais
- Tendências étnico-raciais no Brasil / Mundo

8. História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena: – 3h

- Significado e a importância da cultura afro-brasileira e indígena
- Marcas das culturas indígenas e afro-brasileiras
- Expressões culturais afro-brasileiras e indígenas

9. Ética Empresarial– 3h

10. Indicadores Ethos: Visão, Missão, Ética e Prestação de Contas– 3h

11. Estudo de caso– 3h

12. Local de trabalho: Práticas gerais; Diversidade– 3h

13. Local de trabalho: Assédio Sexual; Delegação de Poderes– 3h

14. Local de trabalho: Remuneração e incentivos; Redução do quadro de demissões– 3h

15. Local de trabalho: Equilíbrio entre trabalho e família; Saúde, Segurança e bem-estar– 3h

16. Estudo de Caso– 3h

17. Meio ambiente: Uso eficaz de energia e água– 3h

18. Meio ambiente: Prevenção de poluição– 3h

19. Meio ambiente: Minimização de resíduos– 3h

20. Comunidade: Global, Trabalho Voluntário, Filantropia– 3h

21. Comunidade: Filantropia, Educação – 2h

22. Mercado: Produtos e serviços– 2h

23. Assédio Moral– 2h

24. Elaboração de projetos de Responsabilidade Social: A escolha do foco– 2h

25. Elaboração de projetos de Responsabilidade Social: Objetivos: Geral e do projeto– 2h

26. Elaboração de projetos de Responsabilidade Social: Atividades– 2h

27. Elaboração de projetos de Responsabilidade Social: Cronograma e orçamento– 2h

28. Elaboração de projetos de Responsabilidade Social: Riscos– 2h

29. Fotos e vídeo da ação de Responsabilidade Social– 1h

30. Revisão da Matéria – 1h

Fechamento – 1h

ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO CURSO

- Aulas expositivas;
- Estudos de casos;
- Exercícios práticos.
- Desenvolvimento de Projeto de Responsabilidade Social, onde os alunos escolhem por voto direto, uma entidade carente a ser visitada (orfanato ou asilo). Eles levarão em um dia especificado, donativos arrecadados, bem como promoverão nesse dia serviços de brincadeiras e diversão (no caso de crianças) e cortes de cabelo, manutenção e embelezamento de pele e unhas, bem como brincadeiras específicas, para idosos. A atividade se dá sob a orientação e coordenação do Professor da disciplina.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BEDE, M.A. **Responsabilidade social nas micro e pequenas empresas**. São Paulo: SEBRAE, 2005.

PASSOS, Elizete. **Ética nas organizações**. São Paulo: Atlas, 2004.

TACHIZAWA, T. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa**. São Paulo: Atlas, 2005.

QUEIROZ, Adele *et al.* **Ética e responsabilidade social nos negócios**. Org. Patricia Almeida ASHLEY. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2006

MOREIRA, Joaquim Manhães. **A ética empresarial no Brasil**. 1. ed. São Paulo: Pioneira, 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CHIAVENATO, Júlio José. **Ética globalizada & sociedade de consumo**. São Paulo: Moderna, 2004.

DALLARI, Dalmo de Abreu. **Direitos humanos e cidadania**. São Paulo: Moderna, 2004. (Coleção Polêmica).

MANTENEDORA: PRÓ-TÉCNICA PAULISTA LTDA. CNPJ nº 60.704.335/0001-12

Recredenciamento: Portaria MEC nº 284, de 11/05/2021, DOU de 13/05/2021, Seção 1, pág. 320

Rua Brigadeiro Galvão, 540 – CEP 01151-000 – São Paulo/SP – Tel.: (0xx11) 3824 3660 - www.oswaldocruz.br – e-mail: secretariageral@oswaldocruz.br

UNESCO. **Declaração Universal dos Direitos Humanos**. Brasília: Unesco, [2000]. Disponível em: <http://www.ohchr.org/EN/UDHR/Documents/UDHR_Translations/por.pdf>. [Documento eletrônico]

SANTOS, Fernando de Almeida. **Ética empresarial**: política de responsabilidade social em 5 dimensões. São Paulo: Atlas, 2015.

SOUZA, Herbert de. **Ética e cidadania**. 1. ed. São Paulo: Moderna, 1994.

BARROCO, Maria Lucia S. **Ética**: fundamento sócio-históricos. 1. ed. São Paulo: Cortez, 2008

PERIÓDICOS RECOMENDADOS

Revista Opinião Pública. ISSN 0104-6276.

http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_issues&pid=0104-6276&lng=pt&nrm=iso

Revista Responsabilidade Social. <https://abmes.org.br/editora/categoria/292/responsabilidade-social>

Sinais Sociais. ISSN 1809-9815. <http://www.sesc.com.br/main.asp?ViewID=%7B892636C2-DC13-4773-93A5-A50989BAAEBD%7D&Mode=1&u=u>

MÓDULO: ASSUNTOS REGULATÓRIOS E GESTÃO DE COSMÉTICOS (ARG)

DISCIPLINA: Estudo de Casos

Carga Horária: Teórica: 80 h/a - Prática: --- h/a - Semestral: 80 h/a

OBJETIVOS

Proporcionar o estudo do mercado, das variáveis externas e internas da empresa que interferem no negócio, analisando o ambiente competitivo, concorrentes, fornecedores, e demais interlocutores do processo mercadológico.

Análise de casos reais de mercado envolvendo novos lançamentos, novos públicos, novas técnicas de embalagem e design, ações promocionais e estratégicas diferenciadas. Estabelecer critérios para a criação de mais valor para a marca e empresa.

EMENTA

COMPETÊNCIAS

Conhecer “cases” de empresas cosméticas nacionais e internacionais

Relacionar novas tendências aos produtos fabricados nas empresas cosméticas

Reconhecer influência de matérias primas adotadas, formulações, formas cosméticas, processos de fabricação, características e apelos dos produtos no sucesso ou não dos lançamentos.

Conhecer os fundamentos no desenvolvimento de produtos bem-sucedidos e saber analisar informações mercadológicas que levam ao sucesso ou insucesso de lançamento.

Entender conceitos: vegetal, animal e mineral em produtos cosméticos.

HABILIDADES

Elaborar um planejamento que auxilie o desenvolvimento de novos produtos

Desenvolver planos de melhorias em produtos já existentes e comercializados pelas empresas

Comparar casos de sucesso e insucesso em diferentes empresas cosméticas para obtenção de padrão de referência

Operar de forma mais adequada a empresa, baseado em erros e acertos de outros do setor

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. APRESENTAÇÃO DO PROGRAMA, CONTEÚDO, AVALIAÇÃO
2. PERFIL DOS CONSUMIDORES DE COSMÉTICOS
3. ANÁLISE DO MERCADO COSMÉTICO
4. INOVAÇÕES DE MERCADO
5. NOVAS OPORTUNIDADES DE MERCADO
6. CASES DE MERCADO
 - Franquias
 - Empresas Multinacionais
 - Empresas Nacionais
 - Novos lançamentos
 - Novos públicos
 - Estratégias diferenciadas
 - Ações promocionais
 - Parcerias estratégicas
7. PROPAGANDAS/MÍDIAS
8. TENDÊNCIAS DE MERCADO
9. MARCAS PRÓPRIAS

CRONOGRAMA TEMPORAL

1. APRESENTAÇÃO DO PROGRAMA, CONTEÚDO, AVALIAÇÃO (1 SEMANA)
2. PERFIL DOS CONSUMIDORES DE COSMÉTICOS (1 SEMANA)
3. ANÁLISE DO MERCADO COSMÉTICO (1 SEMANA)
4. INOVAÇÕES DE MERCADO (1 SEMANA)
5. NOVAS OPORTUNIDADES DE MERCADO (1 SEMANA)
6. CASES DE MERCADO (8 SEMANAS)
 - Franquias
 - Empresas Multinacionais
 - Empresas Nacionais
 - Novos lançamentos
 - Novos públicos
 - Estratégias diferenciadas
 - Ações promocionais
 - Parcerias estratégicas

MANTENEDORA: PRÓ-TÉCNICA PAULISTA LTDA. CNPJ nº 60.704.335/0001-12

Redeenciamento: Portaria MEC nº 284, de 11/05/2021, DOU de 13/05/2021, Seção 1, pág. 320

Rua Brigadeiro Galvão, 540 – CEP 01151-000 – São Paulo/SP – Tel.: (0xx11) 3824 3660 - www.oswaldocruz.br – e-mail: secretariageral@oswaldocruz.br

7. PROPAGANDAS/MÍDIAS (1 SEMANA)
8. TENDÊNCIAS DE MERCADO (1 SEMANA)
9. MARCAS PRÓPRIAS (1 SEMANA)

ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO CURSO

- Aulas expositivas;
- Utilização de equipamentos audiovisuais;
- Estudo dirigido em pequenos grupos na sala de aula;
- Exercícios de aplicação;
- Pesquisas em livros, periódicos e sites da Web;

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KOTLER, P. **Administração de marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LAS CASAS, A.L. **Marketing**, São Paulo: Atlas, 2001.

PENTEADO, J.; PENTEADO, R. **Marketing best**. São Paulo: Pearson Makron Brooks, 1999.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ASHCAR, Renata. **Brasileirêsência**: a cultura do perfume. São Paulo: Nova Cultural, 2001.

CASAS, A. L. **Marketing**: conceitos, exercícios e casos. São Paulo: Atlas, 2007.

DONAIRE, Denis *et al.* **Estratégias empresariais**: pesquisas e casos brasileiros. São Paulo: Saint Paul, 2008.

LOVELOCK, Christopher; WIRTZ, Jochen; HEMZO, Miguel Angelo. **Marketing de serviços**: pessoas, tecnologia e estratégia. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

MARTINS, Joaquim Batista. **Conceito de beleza**. São Paulo: Fesan, 1994.

GABRIEL, Martha. **Marketing na era digital**: conceitos, plataformas e estratégias. São Paulo: Novatec, 2010.

MANTENEDORA: PRÓ-TÉCNICA PAULISTA LTDA. CNPJ nº 60.704.335/0001-12

Rede credenciamento: Portaria MEC nº 284, de 11/05/2021, DOU de 13/05/2021, Seção 1, pág. 320

Rua Brigadeiro Galvão, 540 – CEP 01151-000 – São Paulo/SP – Tel.: (0xx11) 3824 3660 - www.oswaldocruz.br – e-mail: secretariageral@oswaldocruz.br

KOTLER, Philip; LEE, Nancy R. **Marketing social**: influenciando comportamentos para o bem. Tradução de Jorge RITTER. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Plano de marketing para micro e pequena empresa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

HOOLEY, Graham J.; PIERCY, Nigel F.; NICOULAUD, Brigitte. **Estratégia de marketing e posicionamento competitivo**. Tradução de Luciane PAULETI. 4. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

PERIÓDICOS RECOMENDADOS

Atualidade Cosmética. ISSN 1415-3998.

Cosmetics & Toiletries Brasil: revista de cosméticos & tecnologia. ISSN 0103-4030.

Cosmetics & Toiletries. ISSN 1980-9832.

Revista Brasileira de Estética. ISSN 2319-0426.

MÓDULO: ASSUNTOS REGULATÓRIOS E GESTÃO DE COSMÉTICOS (ARG)

DISCIPLINA: Tópicos Profissionais em Gestão de Cosméticos

Carga Horária: Teórica: 80 h/a - Prática: --- h/a - Semestral: 80 h/a

OBJETIVOS

A disciplina propicia ao estudante os fundamentos de Administração, desenvolvendo as habilidades relacionadas à arte de administrar com e por meio das pessoas, utilizando-se das ferramentas disponibilizadas pelas teorias administrativas.

Promover a formação de líderes e de empreendedores, dentro de uma abordagem crítica das estruturas organizacionais, capacitando-se a atuar em equipes multidisciplinares, formar profissionais com conhecimentos e habilidades abrangentes, capazes de tomar decisões e conduzir negócios por meio de atitudes e princípios éticos.

EMENTA

COMPETÊNCIAS

- Conhecer as técnicas básicas de administração, orientada para o processo produtivo e gestão de pessoas
- Estabelecer melhor integração organizacional
- Conhecer métodos de planejamento visando atingir metas empresariais.
- Conhecer Fundamentos Históricos dos direitos humanos: conceito de direitos humanos, cidadania e democracia

HABILIDADES

- Aplicar estratégias que viabilizem a execução de um planejamento para obtenção de otimização
- Adequar técnicas modernas à filosofia organizacional com o bom senso e criatividade, buscando uma gestão equilibrada
- Comparar estratégias de competição de mercado.
- Aplicar fundamentos históricos dos direitos humanos

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1- Fundamentos da Administração

- 1.1- Administração e administradores
- 1.2- Definição de Administração
- 1.3- Papel do Administrador
- 1.4- Processo administrativo
- 1.5- Processo de gerencia
- 1.6- Competências gerenciais

2-Administração: história e conceitos

- 2.1- Fundamentos da Administração
- 2.2- Principais teorias da Administração
- 2.3- Teorias contemporâneas da Administração

3-Fundamentos das Organizações

- 3.1- Organizações e Administração
- 3.2- Elementos
- 3.3- Grupos Sociais
- 3.4- Tecnologia
- 3.5- Sistema
- 3.6- Responsabilidade Social

4-Processo de Tomada de Decisão

- 4.1- Análise de desempenho
- 4.2- Metodologia de Análise e solução de Problemas
- 4.3- Teoria de Decisão
- 4.4- Tipos de Decisões
- 4.5- Níveis de Tomada de Decisões
- 4.6- Estilos de Tomada de Decisões
- 4.7- Processo de Resolução de Problemas

5-Políticas empresariais

- 5.1- Problemas de Delegação
- 5.2- Orientação às Decisões
- 5.3- Determinação das Políticas

5.4- Divulgação das Políticas

5.5- Controle das Políticas

6-Fundamentos do Processo de Planejamento

6.1- Processo de Planejamento

6.2- Planejamento Estratégico

6.3- Planejamento Administrativo

6.4- Planejamento Operacional

7-Fundamentos do Processo de Organização

7.1- Processo de Organização

7.2- Divisão do Trabalho e Especialização

7.3- Hierarquia e Autoridade

7.4- Centralização e Descentralização

7.5- Comunicação

7.6- Tipos de Organização

7.7- Departamentalização

7.8- Dinâmica Organizacional

8 - Fundamentos do Processo de Direção

8.1- Processo de Direção

8.2- Motivação e Desempenho

8.3- Comunicação

8.4- Liderança

8.5- Grupos

9-Fundamentos do Processo de Controle

9.1- Processo de Controle

9.2- Controle

9.3- Aspectos do Controle Empresarial

10-Fundamentos do Processo de Coordenação

10.1- A necessidade de Coordenação

10.2- Princípios da Coordenação

10.3- Coordenação Interdepartamental

10.4- Poder e Influência

11-Conhecer Fundamentos Históricos dos direitos humanos: conceito de direitos humanos,

cidadania e democracia

CRONOGRAMA TEMPORAL

- 1 – Apresentação Geral da Disciplina. Interação - Duração 2 aulas
- 2 – A Administração como Campo Específico de Conhecimento: Antecedentes Históricos da Administração - Duração 2 aulas
- 3 – A Escola Clássica: Taylor, Fayol, e Ford - Duração 2 aulas
- 4 – Max Weber e a Burocracia e o Enfoque Comportamental - Duração 2 aulas
- 5 – Funções Organizacionais - Duração 2 aulas
- 6 – Desempenho das Organizações, Produtividade, Eficiência, Competitividade e Eficácia - Duração 2 aulas
- 7 – Processo Decisório e Resolução de Problemas - Duração 2 aulas
- 8 – Processo de Organizações - Duração 2 aulas
- 9 – Estrutura Organizacional - Duração 2 aulas
- 10 – Motivação - Duração 2 aulas
- 11 – Liderança - Duração 2 aulas
- 12 – Planejamento Estratégico - Duração 2 aulas
- 13 – Planejamento Operacional - Duração 2 aulas
- 14 - Conhecer Fundamentos Históricos dos direitos humanos: conceito de direitos humanos, cidadania e democracia - Duração 2 aulas

ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO CURSO

- Aulas Expositivas;
- Estudos de Casos;
- Exercícios Práticos.
- Estudos de casos;
- Orientação de Estudos;
- Listas domiciliares de exercícios.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BERNARDI, L. A. **Manual de empreendedorismo e gestão**. São Paulo: Atlas, 2003.

CHIAVENATO, I. **Administração: teoria e prática**. São Paulo: Makron Books, 2000.

MAXIMINIANO, A. **Introdução à administração**. São Paulo: Atlas, 2004

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

MAXIMINIANO, A. C. A. **Teoria geral da administração**. São Paulo: Atlas, 2006.

MAZZAROTTO, Angelo de Sá; BERTÉ, Rodrigo. **Gestão ambiental no mercado empresarial**. Curitiba: Intersaberes, 2013. (Desenvolvimento Sustentável)

MEINDL, C. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos**. São Paulo: Mc Graw Hill, 1976

OLIVEIRA, D. P. R. **Planejamento estratégico**. São Paulo: Atlas, 2004.

GHOSHAL, Sumantra; TANURE, Betania. **Estratégia e gestão empresarial: construindo empresas brasileiras de sucesso estudos de casos**. 1. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

BERGAMINI, Cecília Whitaker. **Motivação nas organizações**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

COLENCI JUNIOR, Alfredo *et al.* **Gestão estratégica de negócios: evolução, cenários, diagnóstico e ação**. Org. Marly CAVALCANTI. 1. ed. São Paulo: Pioneira, 2001.

PERIÓDICOS RECOMENDADOS

Atualidade Cosmética. ISSN 1415-3998.

Cosmetics & Toiletries Brasil: revista de cosméticos & tecnologia. ISSN 0103-4030.

Cosmetics & Toiletries. ISSN 1980-9832.

Revista Brasileira de Estética. ISSN 2319-0426.

