



Unidade do Ensino Superior
de Graduação

Projeto Pedagógico do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Empreendimentos Gastronômicos

**Referência:
Experimental**

**Eixo Tecnológico:
Turismo, Hospitalidade e Lazer**

**Unidade:
Fatec São Paulo - R-05**

2024 / 1º Semestre





Recomendamos que este material seja utilizado em seu formato digital, sem a necessidade de impressão.

Data de implantação: 2023 / 1º Sem.



Sumário

1. Contextualização.....	7
1.1 Instituição de Ensino.....	7
1.2 Atos legais referentes ao curso.....	7
2. Organização da educação	8
2.1 Currículo escolar em Educação Profissional e Tecnológica organizado por competências.....	8
2.2 Autonomia universitária	10
2.3 Estrutura Organizacional.....	11
2.4 Metodologia de Ensino-Aprendizagem	11
2.5 Avaliação da aprendizagem - Critérios e Procedimentos.....	11
3. Dados do Curso em Gestão de Empreendimentos Gastronômicos.....	14
3.1 Identificação	14
3.2 Dados Gerais	14
3.3 Justificativa.....	15
3.4 Objetivo do Curso	16
3.5 Requisitos e Formas de Acesso.....	16
3.6 Prazos mínimo e máximo para integralização.....	17
3.7 Aproveitamento de Estudos, de Conhecimentos e de Experiências Anteriores.....	17
3.8 Exames de proficiência	17
3.9 Certificados e diplomas a serem emitidos.....	17
4. Perfil Profissional do Egresso	18
4.1 Competências profissionais.....	18
4.2 Competências socioemocionais.....	19
4.3 Mapeamento de Competências por Componente	19
4.4 Temáticas Transversais.....	21
4.5 Língua Brasileira de Sinais - Libras.....	22
5. Organização Curricular	23
5.1 Pressupostos da organização curricular.....	23
5.2 Matriz curricular do CST em Gestão de Empreendimentos Gastronômicos – Fatec São Paulo - R-05	24
5.3 Tabela de componentes e distribuição da carga horária	25
5.4 Distribuição da carga horária dos componentes complementares.....	27





6. Ementário	28
6.1 Primeiro Semestre	28
6.1.1 – GEG-001 – Técnicas de Nutrição e Higiene dos Alimentos – Oferta Presencial – Total de 80 aulas	28
6.1.2 – SGT-060] – Fundamentos da Hospitalidade – Oferta Presencial – Total de 40 aulas...	29
6.1.3 – COM-051 – Comunicação e Expressão I – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	30
6.1.4 – GEG-002 – Gastronomia e Turismo – Oferta Presencial – Total de 80 aulas	31
6.1.5 – GEG-003 – Território e Gastronomia – Oferta Presencial – Total de 80 aulas.....	32
6.1.6 – PGG-001 – Projeto Integrador I – Tipologia de Espaços Gastronômicos – Oferta On-line – Total de 40 aulas	33
6.1.7 – ING-211 – Inglês I – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	34
6.1.8 – ESP-071 – Espanhol I – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	35
6.1.9 – ECN-025 – Economia Criativa – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	36
6.2 Segundo Semestre	38
6.2.1 – MPC-020 – Métodos para produção do conhecimento – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	38
6.2.2 – GEG-004 – Planejamento e Organização de Eventos Gastronômicos – Oferta Presencial – Total de 80 aulas	39
6.2.3 – GEG-005 – Serviços de sala e bar – Oferta Presencial – Total de 80 aulas.....	40
6.2.4 – GEG-006 – Técnicas Básicas de Gastronomia – Oferta Presencial – Total de 80 aulas	41
6.2.5 – COM-052 – Comunicação e Expressão II – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	42
6.2.6 – PGG-008 – Projeto Integrador II – Festival Gastronômico – Oferta On-line – Total de 40 aulas.....	43
6.2.7 – ING-212 – Inglês II – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	44
6.2.8 – ESP-072 – Espanhol II – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	45
6.2.9 – ADM-053 – Administração – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	46
6.3 Terceiro Semestre	48
6.3.1 – PMA-020 – Marketing de Serviços – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	48
6.3.2 – ITI-116 – Tecnologia da Informação aplicada a empreendimentos gastronômicos – Oferta Presencial – Total de 80 aulas.....	49
6.3.3 – GEG-007 – Técnicas Gastronômicas Avançadas – Oferta Presencial – Total de 80 aulas	50
6.3.4 – GEG-008 – Planejamento e Gestão de Cardápio Gastronômico – Oferta Presencial – Total de 80 aulas	51
6.3.5 – EST-050 – Estatística – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	52
6.3.6 – PGG-003 – Projeto Integrador III – Engenharia de cardápios – Oferta On-line – Total de 80 aulas	53
6.3.7 – ING-213 – Inglês III – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	54
6.3.8 – ESP-073 – Espanhol III – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	55
6.4 Quarto Semestre	57
6.4.1 – GEG-015 – Planejamento físico de espaços gastronômicos – Oferta Presencial – Total de 80 aulas	57





6.4.2 – ECN-026 – Gestão financeira de empreendimentos gastronômicos – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	58
6.4.3 – PMA-021 – Marketing Digital – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	59
6.4.4 – AGT-070 – Cultura Gastronômica – Oferta Presencial – Total de 80 aulas.....	60
6.4.5 – GEG-010 – Gestão em serviços de alimentação – (operacional) – Oferta Presencial – Total de 80 aulas.....	61
6.4.6 – PGG-004 – Projeto Integrador IV – Pesquisa de mercado gastronômico – Oferta On-line – Total de 80 aulas.....	62
6.4.7 – ING-214 – Inglês IV – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	63
6.4.8 – ESP-074 – Espanhol IV – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	64
6.5 Quinto Semestre.....	66
6.5.1 – GEG-011 – Vitrinismo e Merchandising em A&B – Oferta Presencial – Total de 80 aulas.....	66
6.5.2 – GEG-012 – Gestão da Qualidade em Gastronomia – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	67
6.5.3 – DGG-001 – Legislação Aplicada a Negócios Gastronômicos – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	68
6.5.4 – ADM-054 – Análise e Administração de Custos – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	69
6.5.5 – ADM-055 – Gestão de Recursos Humanos – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	70
6.5.6 – BAL-004 – Harmonização – Oferta Presencial – Total de 80 aulas.....	71
6.5.7 – PGG-005 – Projeto Integrador V – Marketing – Oferta On-line – Total de 80 aulas.....	72
6.5.8 – ING-215 – Inglês V – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	73
6.5.9 – ESP-075 – Espanhol V – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	73
6.6 Sexto Semestre.....	75
6.6.1 – ECN-027 – Estudo de Viabilidade Econômico-Financeira – Oferta Presencial – Total de 80 aulas.....	75
6.6.2 – GEG-013 – Tendências Mercadológicas do mercado gastronômico – Oferta Presencial – Total de 80 aulas.....	76
6.6.3 – AGS-019 – Gerenciamento da cadeia de suprimentos na Gastronomia – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	77
6.6.4 – ADM-056 – Importação e Exportação de Alimentos e Bebidas – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	78
6.6.5 – ADM-057 – Empreendedorismo – Oferta Presencial – Total de 80 aulas.....	79
6.6.6 – PGG-006 – Projeto Integrador VI – Modelos de Negócios e Projetos de Consultoria – Oferta On-line – Total de 80 aulas.....	80
6.6.7 – ING-216 – Inglês VI – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	81
6.6.8 – ESP-076 – Espanhol VI – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	82
7. Outros Componentes Curriculares	84
7.1 Trabalho de Graduação.....	84
7.2 Estágio Curricular Supervisionado.....	85





8. Quadro de Equivalências (em caso de reestruturação).....	86
9. Perfis de Qualificação.....	87
9.1 Corpo Docente	87
9.2 Auxiliar Docente e Técnicos-Administrativos	87
9.2.1 Relação dos componentes com respectivas áreas	87
10. Infraestrutura Pedagógica	90
10.1 Resumo da infraestrutura disponível	90
10.2 Laboratórios ou ambientes de aprendizagem associados ao desenvolvimento dos componentes curriculares.....	90
10.3 Apoio ao Discente	91
11. Referências.....	92
12. Referências das especificidades locais	94
13. Anexos	95





2. Organização da educação

A Lei de Diretrizes e Bases da Educação - LDB, de nº 9394/96, organiza a educação no Brasil em sistemas de ensino, com regime de colaboração entre si, determinando sua abrangência, áreas de atuação e responsabilidades. Estão definidos como sistemas de ensino o da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios. As instituições de educação superior, mantidas pelo poder público estadual e municipal, estão vinculadas por delegação da União aos Conselhos Estaduais de Educação (BRASIL, 1996). O Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – Ceeteps, por ser uma instituição mantida pelo poder público – Governo do Estado de São Paulo, tem os cursos das Fatecs avaliados pelo Conselho Estadual de Educação de São Paulo – CEE-SP.

2.1 Currículo escolar em Educação Profissional e Tecnológica organizado por competências

A Educação Profissional e Tecnológica (EPT) é um tipo de educação que integra a educação nacional e que, particularmente, visa ao preparo para o trabalho em cargos, funções em empresas ou de modo autônomo, contribuindo para a inserção do cidadão no mundo laboral, uma importante esfera da sociedade.

O currículo em EPT constitui-se no esquema teórico-metodológico, organizado pela categoria “competências”, que orienta e instrumentaliza o planejamento, a sistematização e o desenvolvimento de perfis profissionais, de acordo com as funções do mundo do trabalho, relacionadas a processos produtivos e gerenciais, bem como a demandas sociopolíticas e culturais. É, etimologicamente e metaforicamente, o “caminho”, ou seja, a trajetória percorrida por educandos e educadores, em um ambiente diverso, multicultural, o qual interfere, determina e é determinado pelas práticas educativas.

No currículo escolar, tem-se a sistematização dos conteúdos educativos planejados para um curso ou componente, que visa à orientação das práticas pedagógicas, de acordo com as filosofias subjacentes a determinadas concepções de ensino, de educação, de história e de cultura, sob a tensão das leis e diretrizes oficiais, com suas rupturas e reconfigurações. No currículo escolar em EPT há o planejamento, a sistematização e o desenvolvimento de perfis profissionais, atribuições, atividades, competências, valores e conhecimentos, organizados em componentes curriculares e por eixo tecnológico ou área de conhecimento. É organizado de forma a atender aos objetivos da EPT, de acordo com as funções gerenciais, às demandas sociopolíticas e culturais e às relações de atores sociais da escola.

Em síntese, os conteúdos curriculares são planejados de modo contextualizado a objetivos educacionais específicos e não apenas como uma apresentação à cultura geral acumulada nas histórias das sociedades. Esse é um importante aspecto epistemológico que direciona as frentes de trabalho e os procedimentos metodológicos de elaboração curricular no Ceeteps.

Para além de uma preocupação documental e legal, a pesquisa curricular deve pautar-se, também, em um trabalho de campo, com a formação de parcerias com o setor produtivo para a elaboração de currículos. Portanto, a Unidade Escolar não pode distanciar-se do entorno, tanto o mais próximo geograficamente como um entorno lato, da própria sociedade que acolherá o educando e o egresso dos sistemas educacionais em seu trabalho e em sua vida. No caso da EPT, o contato íntimo e constante com o mundo extraescolar é condição essencial para o sucesso do ensino e para a consecução de uma aprendizagem ativa e direcionada.

O currículo da EPT, como percurso ou “caminho” para o desenvolvimento de competências e conhecimentos que formam o perfil profissional do tecnólogo, segue fontes diversificadas para sua formulação, tendo como instrumento descritivo e normalizador o Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia - CNCST (BRASIL, 2016). Outras fontes complementares são utilizadas como pesquisas junto ao setor produtivo, para levantamento das necessidades do mundo do trabalho, além das descrições da Classificação Brasileira de Ocupações – CBO (BRASIL, 2017), sistemas de colocação e de recolocação profissionais.

Considerando-se a Resolução CNE/ CP de nº 1 (BRASIL, 2021), que trata das disposições das Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a Educação Profissional e Tecnológica, em seu art. 28, destacam-se os preceitos legais para a organização ou proposição do perfil e das competências do nível superior tecnológico,





a exemplo da “produção e a inovação científica e tecnológica, e suas respectivas aplicações no mundo do trabalho.” (BRASIL, 2021).

A natureza e o diferencial do perfil e das competências do profissional graduado em tecnologia são, também, pautados na Deliberação de nº 70 (CEETEPS, 2021), que “estabelece as diretrizes para os cursos de graduação das Fatecs do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – Ceeteps”:

- I. A organização curricular dos Cursos Superiores de Tecnologia deverá contemplar o desenvolvimento de competências profissionais e será formulada em consonância com o perfil profissional de conclusão do curso, o qual define a identidade do mesmo e caracteriza o compromisso ético da instituição com os seus alunos e a sociedade.
- II. A organização curricular compreenderá as competências profissionais tecnológicas e socioemocionais, incluindo os fundamentos científicos e humanísticos necessários ao desempenho profissional do graduado em tecnologia.
- III. Quando o perfil profissional de conclusão e a organização curricular incluírem competências profissionais de distintas áreas, o curso deverá ser classificado na área profissional predominante. (CEETEPS, 2021).

A interação entre a EPT e o setor produtivo, bem como a “centralidade do trabalho assumido como princípio educativo”, destacam-se como princípios norteadores da construção dos itinerários formativos, conforme as referidas Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a Educação Profissional e Tecnológica (BRASIL, 2021), o que é de suma importância para o planejamento curricular e sua estruturação em Projetos Pedagógicos de Curso (PPCs):

Art. 3º São princípios da Educação Profissional e Tecnológica:

- I - Articulação com o setor produtivo para a construção coerente de itinerários formativos, com vista ao preparo para o exercício das profissões operacionais, técnicas e tecnológicas, na perspectiva da inserção laboral dos estudantes;
- II - Respeito ao princípio constitucional do pluralismo de ideias e de concepções pedagógicas;
- III - Respeito aos valores estéticos, políticos e éticos da educação nacional, na perspectiva do pleno desenvolvimento da pessoa, seu preparo para o exercício da cidadania e sua qualificação para o trabalho;
- IV - Centralidade do trabalho assumido como princípio educativo e base para a organização curricular, visando à construção de competências profissionais, em seus objetivos, conteúdos e estratégias de ensino e aprendizagem, na perspectiva de sua integração com a ciência, a cultura e a tecnologia. (BRASIL, 2021).

Com as modificações sócio-históricas-culturais no território em contextos nacional e internacional, as atividades de ensino devem responder – e corresponder – às inovações, que incluem digitalização dos processos, atividades de pesquisa e aquisição de conhecimentos culturais. Deve incluir também culturas internacionais, de movimentos identitários e de vanguarda, para o desenvolvimento individual e de coletividades em uma sociedade diversa, que se quer cidadã, responsável para com o futuro e com as atuais e vindouras gerações.

O currículo da EPT, assim articulado com o setor produtivo e com outras instâncias da sociedade, adotando o trabalho como princípio norteador e planejado pela categoria “competências”, apresenta maior potencialidade para atualização contínua, configurando-se em instrumento dinâmico e moderno que acompanha, necessariamente, as configurações e reconfigurações científicas, tecnológicas, históricas e culturais.

A EPT, dessa forma, assume o compromisso de atender ao seu público-alvo de maneira mais efetiva e que otimize a inserção ou a requalificação de trabalhadores em um contexto de mudanças, de mobilização de conhecimentos e áreas de diversas origens, fontes e objetivos. Ações que convergem para os princípios do pluralismo e da integração na laborabilidade, em uma sociedade marcada por traços cada vez mais fortes de hibridismo, de interdisciplinaridade e de multiculturalidade.

Ressalta-se a necessidade da extensão dos conhecimentos apreendidos para além do universo acadêmico, ou seja, a transposição desse conjunto de valores, competências e habilidades para contextos reais de trabalho, que demandam a apropriação e a articulação dos saberes, das técnicas e das tecnologias para a solução de problemas e proposição de novas questões. A formação para a melhoria de produtos, processos e serviços integra o perfil do graduado em tecnologia.

Nesse cenário, a EPT, acompanhando tendências educacionais e do setor produtivo, sofreu uma profunda mudança de paradigma, de um ensino primordialmente organizado por conteúdos para um ensino voltado ao desenvolvimento de competências, ou seja, que visa mobilizar os conhecimentos e as habilidades práticas para a solução de problemas sociais e profissionais, indo ao encontro das perspectivas de mobilidade social e laboral, que são previstos e favorecidos por uma sociedade mais digitalizada e que trabalha em rede, de modo colaborativo, intercultural e internacionalizado.

Com o ensino por competências, o foco deve estar no alcance de objetivos educacionais bem definidos nos planos curriculares, aliando-se os interesses dos alunos, aos conhecimentos (temas relativos à vida contemporânea e, também, ao cânone cultural de cada sociedade), às habilidades e aos interesses individuais, incluindo as inclinações técnicas, tecnológicas e científicas. Com um currículo organizado para o desenvolvimento



de competências, é possível desenvolver e avaliar conhecimentos, habilidades e experiências intra e extraescolares, bem como manter a dinamicidade e a atualidade das propostas pedagógicas.

No âmbito institucional do Centro Paula Souza, há o claro direcionamento para a elaboração, o desenvolvimento e a gestão curricular por competências, habilidades e aptidões, incluindo o desenvolvimento de práticas na realidade do setor produtivo (empresas e instituições), preferencialmente de modo colaborativo e contínuo.

Ainda como parte do processo formativo dos alunos, tem-se a curricularização da extensão conforme a Deliberação CEE 216/2023 que regulamenta a Resolução CNE/CES 07/2018. Com isso, a curricularização da extensão na educação profissional é um processo que visa integrar as atividades de extensão aos currículos dos cursos superiores de tecnologia, de forma a promover uma formação mais ampla e articulada com as demandas sociais e produtivas. A extensão é entendida como uma prática educativa que possibilita a interação entre a escola e a comunidade, por meio de projetos, programas, cursos, eventos e serviços que contribuem para o desenvolvimento local e regional. A curricularização da extensão na educação profissional tem como objetivos:

- Ampliar as oportunidades de aprendizagem dos estudantes, articulando os conhecimentos teóricos e práticos com as realidades sociais e profissionais;
- Estimular a participação dos estudantes em ações de responsabilidade social, cidadania, cultura, ciência, tecnologia e inovação;
- Fortalecer a relação entre a escola e os diversos segmentos da sociedade, promovendo o diálogo, a cooperação e a troca de saberes;
- Contribuir para a melhoria da qualidade do ensino, da pesquisa e da gestão educacional, por meio da avaliação e do acompanhamento das atividades de extensão;
- Fomentar a produção e a disseminação do conhecimento, bem como a sua aplicação em benefício da sociedade.

Assim, a EPT realiza a Extensão como uma atividade que se articula com o currículo e a pesquisa, formando um processo interdisciplinar, político educacional, cultural, científico, tecnológico, que estimula a interação transformadora entre as instituições de ensino superior e os demais segmentos da sociedade, por meio da criação e da aplicação do conhecimento, em diálogo permanente com o ensino e a pesquisa.

2.2 Autonomia universitária

A LDB de nº 9394 (BRASIL, 1996) determina, no § 2º do art. 54, que “atribuições de autonomia universitária poderão ser estendidas a instituições que comprovem alta qualificação para o ensino ou para a pesquisa, com base em avaliação realizada pelo poder público”. Autonomia é sinônimo de maturidade acadêmica e de competência. Por ter alcançado essas premissas, a partir de março de 2011, pela Deliberação CEE de nº 106 (SÃO PAULO, 2011), o CEE-SP delegou as seguintes prerrogativas de autonomia universitária ao Ceeteps:

- ▶ Criar, modificar e extinguir, no âmbito do estado de São Paulo, faculdades e cursos de tecnologia, de especialização e de extensão na sua área de atuação, assim como de outros programas de interesse do governo do estado;
- ▶ Aumentar ou diminuir o número de vagas de seus cursos, assim como transferi-las de um período para outro;
- ▶ Elaborar os programas dos cursos;
- ▶ Dar início ao funcionamento dos cursos;
- ▶ Expedir e registrar seus próprios diplomas.



2.3 Estrutura Organizacional

A estrutura organizacional da Fatec segundo o Regimento das Faculdades de Tecnologia, aprovado na Deliberação de nº 31 (CEETEPS, 2016), é apresentada em resumo conforme abaixo:

- I - Congregação;
- II - Câmara de Ensino, Pesquisa e Extensão - CEPE (facultativo);
- III - Diretoria;
- IV - Departamentos ou Coordenadorias de Cursos;
- V - Núcleos Docentes Estruturantes - NDEs;
- VI - Comissão Própria de Avaliação - CPA;
- VII - Auxiliares Docentes;
- VIII - Corpo Administrativo.

2.4 Metodologia de Ensino-Aprendizagem

As metodologias de ensino e avaliação discente adotadas nos Cursos Superiores de Tecnologia do Centro Paula Souza foram concebidas para proporcionar formação coerente com o perfil do egresso postulado no Projeto Pedagógico do Curso. O ensino é pautado pela articulação entre teoria e prática dos componentes curriculares, com a aplicação de suas tecnologias na formação profissional e na formação complementar, na qual a execução de procedimentos discutidos nas aulas consolida o aprendizado e confere ao discente a destreza prática requerida ao exercício da profissão.

Assim, o ensino é pensado e executado de modo a contextualizar o aprendizado, formando um egresso com postura crítica nas questões locais, nacionais e mundiais, com capacidade de inferir no desenvolvimento tecnológico da profissão, em constante mudança. O constructo da formação do discente está fundamentado na tríade ensino, pesquisa e extensão. As atividades de pesquisa são estimuladas durante o processo de ensino, despertando nos discentes o interesse em participar de ações de iniciação científica, o que permite uma maior reflexão e associação de suas investigações com os conteúdos curriculares trabalhados em aula.

Em resumo, o curso estimula a formação e a construção do espírito científico, são utilizadas metodologias e estratégias de ensino como a abordagem por problema e por projetos, e outras que o docente julgue estar condizente com o PPC, tais como:

- ▶ Metodologias ativas, como sala de aula invertida, estudo de caso, rotação por estações, desafios, entre outras;
- ▶ Aulas expositivas e dialogadas, contemplando ou não atividades;
- ▶ Aulas práticas em laboratórios para sedimentação da teoria;
- ▶ Pesquisas científicas desenvolvidas com possível apresentação em evento científico;
- ▶ Integração entre componentes.

Como suporte ao seu aprendizado, o discente conta ainda com outro recurso, as monitorias, período destinado a estudo livre, que corroboram para implementação das diferentes metodologias adotadas no curso.

2.5 Avaliação da aprendizagem - Critérios e Procedimentos

A avaliação da aprendizagem, no contexto da EPT, é direcionada para a avaliação de competências profissionais. Dessa maneira, a avaliação pode ser entendida como o processo que aprecia e mensura o aprendizado e a capacidade de agir de modo eficaz em contextos profissionais ou em simulações, com a atribuição de conceito (menção, nota numérica), que represente, a partir da aplicação de critérios e de uma escala avaliativa predefinida, o grau de satisfatoriedade e insatisfatoriedade, destaque ou excelência do desenvolvimento de competências.



Já a avaliação de competências, é efetuada por meio de **procedimentos de avaliação**, conjunto de ações de planejamento e desenvolvimento de avaliação formativa e respectivos instrumentos e ferramentas, projetados pelo(a) professor(a). Dentre muitas possibilidades, destaca-se, como procedimento de avaliação cabível no contexto da EPT: o planejamento, a formatação e a proposição, em equipes, de projeto formativo aos alunos, que vise desenvolver protótipo de produto e respectiva apresentação, de forma interdisciplinar, preferencialmente.

Vale lembrar que toda avaliação requer critérios, que, por um consenso de teorias e práticas educacionais, são concebidos como “**critérios de desempenho**” no ensino por competências, ou seja: “juízos de valor”; condições e níveis de aceitabilidade/não aceitabilidade, adequação, satisfatoriedade ou excelência; julgamento de eficiência e eficácia, norma ou padrão de avaliação utilizados pelo(a) professor(a) ou por outros avaliadores.

A avaliação escrita, demonstração prática ou projeto e a respectiva documentação atendem, de forma satisfatória/com excelência, aos objetivos da avaliação formativa em termos de:

- ▶ Coerência/coesão;
- ▶ Relacionamento de ideias;
- ▶ Relacionamento de conceitos;
- ▶ Pertinência das informações;
- ▶ Argumentação consistente;
- ▶ Interlocução – ouvir e ser ouvido;
- ▶ Interatividade, cooperação e colaboração;
- ▶ Objetividade;
- ▶ Organização;
- ▶ Atendimento às normas;
- ▶ Cumprimento das tarefas individuais;
- ▶ Pontualidade e cumprimento de prazos;
- ▶ Postura adequada, ética e cidadã;
- ▶ Criatividade na resolução de problemas;
- ▶ Execução do produto;
- ▶ Clareza na expressão oral e escrita;
- ▶ Adequação ao público-alvo;
- ▶ Comunicabilidade;
- ▶ Capacidade de compreensão.

A avaliação de competências é pautada, intrinsecamente, nas **evidências de desempenho**, que consiste na demonstração de ações executadas pelos alunos e na avaliação de qualidade e adequação dessas ações em relação às propostas avaliativas. As competências, como capacidades a serem demonstradas e mensuradas, podem ser avaliadas a partir de uma extensa gama de evidências de desempenho. Apresentam-se algumas possibilidades:

- ▶ Realização de pesquisa de mercado contextualizada à proposta avaliativa;
- ▶ Troca de informações e colaboração com membros da equipe, superiores e possíveis clientes;
- ▶ Pesquisa atualizada e relevante sobre bibliografias, experiências próprias e de outros, conceitos, técnicas, tecnologias e ferramentas;
- ▶ Execução de ensaios e testes apropriados e contextualizados;
- ▶ Contato documentado com parceiros, interessados e apoiadores em potencial;
- ▶ Apresentação clara de lista de objetivos, justificativa e resultados;

- ▶ Apresentação de sínteses, análises e avaliações claras e pertinentes ao planejamento e à execução do projeto.

Como prova ou produto entregável, avaliável e dimensionável do desenvolvimento de competências, são necessárias as evidências de produto, ou seja, o conjunto de entregas avaliáveis: resultados das atividades práticas ou teórico-conceituais dos alunos. São possibilidades de evidência de produtos:

- ▶ Avaliação escrita sobre conceitos, práticas e pesquisas abordados;
- ▶ Plano de ações;
- ▶ Monografia;
- ▶ Protótipo com manual técnico;
- ▶ Maquete com memorial descritivo;
- ▶ Artigo científico;
- ▶ Projeto de pesquisa/produto;
- ▶ Relatório técnico – podendo ser composto, complementarmente, por novas técnicas e procedimentos; preparações de pratos e alimentos; modelos de cardápios – ficha técnica de alimentos e bebidas; softwares e aplicativos de registros/licenças;
- ▶ Áreas de cultivo vegetal e produção animal e plano de agronegócio;
- ▶ Áudios, vídeos e multimídia;
- ▶ Sínteses e resenhas de textos;
- ▶ Sínteses e resenhas de conteúdos de mídias diversas;
- ▶ Apresentações musicais, de dança e teatrais;
- ▶ Exposições fotográficas;
- ▶ Memorial fotográfico;
- ▶ Desfiles ou exposições de roupas, calçados e acessórios;
- ▶ Modelo de manuais;
- ▶ Parecer técnico;
- ▶ Esquemas e diagramas;
- ▶ Diagramação gráfica;
- ▶ Projeto técnico com memorial descritivo;
- ▶ Portfólio;
- ▶ Modelagem de negócios;
- ▶ Plano de negócios.

Para o ensino e avaliação de competências em EPT de nível superior, os preceitos de interdisciplinaridade têm muito a contribuir, considerando-se as prerrogativas de um ensino-aprendizagem voltado à solução de problemas, de modo coletivo, colaborativo e comunicativo, com aproveitamento de conhecimentos, métodos e técnicas de vários componentes curriculares e respectivos campos científicos e tecnológicos.

Sob essa perspectiva, a interdisciplinaridade pode ser considerada uma concepção e metodologia de cognição, ensino e aprendizagem, que prevê a interação colaborativa de dois ou mais componentes para a solução e proposição de questões e projetos relacionados a um tema, objetivo ou problema. Desse modo, a valorização e a aplicação contextualizada dos diversos saberes e métodos disciplinares, sem a anulação do repertório histórico produzido e amparado pela tradição, contribuem para a prospecção de novas abordagens e, com elas, um projeto *lato sensu* de pesquisa contínua de produção e propagação de conhecimentos.



3. Dados do Curso em Gestão de Empreendimentos Gastronômicos

3.1 Identificação

O CST em Gestão de Empreendimentos Gastronômicos é um Experimental, no Eixo Tecnológico em Turismo, Hospitalidade e Lazer.

3.2 Dados Gerais

Modalidade	Presencial
Referência	Experimental
Eixo tecnológico	Turismo, Hospitalidade e Lazer
Carga horária total	Matriz Curricular (MC): ▶ 2.400 horas correspondendo a uma carga de 2.880 aulas de 50 minutos cada Aulas on-line síncronas (Percentual permitido na legislação em vigor): ▶ 333 horas Componentes Complementares: [x] ▶ Trabalho de Graduação (160 horas) Obrigatório a partir do 5º Semestre [x] ▶ Estágio Curricular Supervisionado (240 horas) Obrigatório a partir do 4º Semestre [] ▶ Atividades Acadêmico-Científico-Culturais Escolher um item.
Duração da hora/aula	50 minutos
Período letivo	Semestral, mínimo de 100 dias letivos
Vagas e turnos	40 vagas totais semestrais [] Matutino: 00 vagas [X] Vespertino: 40 vagas [] Noturno: 00 vagas [] Ingresso Matutino A partir do Escolher um item. Noturno: 00 vagas [] Ingresso Vespertino A partir do Escolher um item. Noturno: 00 vagas
Prazo de integralização	Mínimo de 03 anos (06 semestres) Máximo de 05 anos (10 semestres)

**Formas de acesso**(de acordo com o
Regulamento de Graduação)

- I - Processo seletivo vestibular:
preenchimento de vagas do primeiro semestre do curso.
- II - Vagas remanescentes:
edital para seleção ao longo do curso.

3.3 Justificativa

O CST em Gestão de Empreendimentos Gastronômicos tem sua implantação justificada a partir dos dados regionais e locais e da evolução do setor gastronômico expostos abaixo e após criteriosa análise da Faculdade de Tecnologia do Estado de São Paulo, unidade de São Paulo.

São Paulo é uma metrópole multifacetada. Ao mesmo tempo em que é o mais importante centro econômico do Brasil, é a capital da cultura na América Latina, com uma oferta de lazer, conhecimento e entretenimento sem igual. Uma metrópole tipicamente urbana, coberta com uma vasta área verde. A cidade é a 8.ª mais populosa do planeta e sua região metropolitana, com cerca de 21 milhões de habitantes, é a 10.ª maior aglomeração urbana do mundo. A capital paulista também possui um caráter cosmopolita, dado que, em 2016, possuía moradores nativos de 196 países diferentes. Regiões ao redor da Grande São Paulo também são metrópoles, como Campinas, Baixada Santista e Vale do Paraíba; além de outras cidades próximas, que compreendem aglomerações urbanas em processo de conurbação, como Sorocaba e Jundiaí. Esse complexo de metrópoles — o chamado Complexo Metropolitano Expandido — chegava a 33 milhões de habitantes em 2017 (cerca de 75% da população do estado e 12% da população do país) formando a primeira megalópole do hemisfério sul, responsável pela produção de 80% do PIB paulista e de quase 30% do PIB brasileiro. Em 2021, foi considerada pelo Boston Consulting Group uma das 45 melhores cidades do mundo para se viver.

Segundo dados do Observatório da Gastronomia, a cidade de São Paulo possui 23 mil estabelecimentos comerciais, dos quais cerca de 9 mil são restaurantes e similares. Ao todo, mais de 50 tipos de cozinha estão contemplados. Durante o 10.º Congresso Internacional de Gastronomia, Hospitalidade e Turismo (CIHAT) realizado em 1997, a cidade recebeu o título de "Capital Mundial da Gastronomia" de uma comissão formada por representantes de 43 nações. São Paulo é uma cidade de números. São mais de 12 milhões de habitantes (IBGE, 2016), que disputam espaço com 14,9 milhões de turistas por ano (OTE e FIPE, 2010). São 1.521 km² (IBGE, 2016), onde estão distribuídos muitos lugares interessantes para conhecer, restaurantes para provar diferentes gastronomias, shoppings e centros diversos para diferentes tipos de compras. Sob a ótica do setor de hospitalidade, podemos citar alguns aspectos da cidade, como o que os turistas e paulistanos podem encontrar na cidade:

- 320 hotéis (com 44.000 apartamentos) ;
- 63 hostels;
- 314 salas de cinema;
- 138 teatros;
- 115 espaços culturais;
- 150 bibliotecas;
- 158 museus;
- 333 centros de esporte e lazer;
- 11 estádios de futebol;
- 109 parques e áreas verdes;
- 20 mil restaurantes;
- 30 mil bares;
- 53 shoppings centers;
- 33 mil táxis



Pelo grande crescimento do setor gastronômico e sua profissionalização o aspecto gerencial se faz necessário para o sucesso sustentável deste importante setor da economia da capital paulista. Outro fator importante é a evolução tecnológica do setor de gastronomia onde os corretos critérios para sua adoção demandam estudos apurados e o profissional em Gestão de Espaços Gastronômico se qualifica para esta função, em que novas tendências como automação do atendimento, armazenamento das informações em nuvens, atendimento via cardápio eletrônico aliados ao bem receber comercial e a sustentabilidade fazem o sucesso de empreendimento gastronômico trazendo inovação ao setor.

Neste sentido, para atender à realidade dinâmica e às tendências nos tempos de pós-covid, entende-se a necessidade da criação de um curso superior em Tecnologia em Gestão de Espaços Gastronômicos, com o intuito de formar profissionais com competências técnicas e comportamentais para atuação em gestão de empreendimentos, franquias, restaurantes e bares de hotéis, bares e cafés, cruzeiros, food trucks, restaurantes, bistrôs, cafeterias, padarias, lanchonetes, doçarias, espaços de alimentação e cultura gastronômica, serviços de delivery e green kitchens, empresas de eventos e outros estabelecimentos afins que constituem um importante setor econômico e grande gerador de empregos, oportunidade de renda e desenvolvimento socioeconômico na região metropolitana da capital e no Estado de São Paulo.

3.4 Objetivo do Curso

O CST em Gestão de Empreendimentos Gastronômicos tem como objetivo oferecer formação superior, pública e de qualidade, voltada para o desenvolvimento profissional das atribuições e atividades relacionadas ao planejamento, organização, execução e gestão de serviços gastronômicos, de diversas tipologias de empreendimentos gastronômicos como: restaurantes, bares, lanchonetes, cafeterias, mercados, adegas, catering bem como para o gerenciamento e inovação de negócios e serviços no setor de gastronomia.

- Contribuir para a oferta de profissionais qualificados em nível superior para atuação junto ao mercado de empreendimentos gastronômicos;
- Dar sequência à formação profissional de nível técnico em Cozinha e Gastronomia;
- Estimular o desenvolvimento e a consolidação da carreira profissional na área de gastronomia.
- Preparar, através da Educação Profissional em nível superior, recursos humanos capazes de atuar junto ao setor produtivo do setor de alimentação nos diferentes destinos turísticos do estado de São Paulo no contexto local e regional.
- Oferecer aos discentes, formação multi e interdisciplinar que estimule a criatividade e a capacidade de compreensão sistêmica do setor de gastronomia, eventos, turismo e hospitalidade.
- Preparar profissionais para ações empreendedoras, propositivas e de consultoria de forma estratégica que fomentem o desenvolvimento de novos negócios e serviços no setor de gastronomia;
- Propiciar conhecimentos teóricos, tecnológicos e práticos em nível superior da área de gestão de empreendimentos gastronômicos a partir de uma visão ampla e inovadora de mercado.
- Formar profissionais no setor de gastronomia com grande capacidade de comunicação, inclusive com conhecimentos em línguas estrangeiras, como inglês e espanhol, assim como tenham conhecimento das ferramentas globais, digitais e tecnológicas.
- Incentivar a autonomia do discente na busca de conhecimentos, criando situações de aprendizagem e promovendo o desenvolvimento da capacidade de análise e reflexão, por meio da sua participação em grupos de pesquisa científica e/ou monitorias.

Formar profissionais críticos e com compromisso ético, inclusivo, social e ambientalmente responsáveis capazes de enfrentar os problemas complexos e gerenciar crises e superar desafios que se apresentam na sociedade atual.

3.5 Requisitos e Formas de Acesso

O ingresso do aluno se dá pela classificação em processo seletivo vestibular, realizado em uma única fase, com provas dos componentes do núcleo comum do Ensino Médio ou equivalente, em forma de testes objetivos e redação.

Outra forma de acesso é o preenchimento de vagas remanescentes. O ingresso se dá por processo seletivo classificatório por meio de edital (com número de vagas), seguido pela análise da compatibilidade





curricular. Podem participar portadores de diploma de Ensino Superior e os discentes de qualquer Instituição de Ensino Superior (transferência de curso).

3.6 Prazos mínimo e máximo para integralização

Para fins de integralização curricular, de acordo com o Regulamento Geral dos Cursos de Graduação, publicado na Deliberação de nº 12 (CEETEPS, 2009), todos os cursos semestrais oferecidos pelas Fatecs terão um prazo mínimo de seis semestres e um prazo máximo igual a 1,5 vezes (uma vez e meia) mais um semestre em relação ao prazo mínimo sugerido para a sua integralização.

3.7 Aproveitamento de Estudos, de Conhecimentos e de Experiências Anteriores

Poderá ser promovido o aproveitamento de estudos, de conhecimentos e de experiências anteriores, inclusive no trabalho, desde que diretamente relacionados com o perfil profissional de conclusão da respectiva qualificação profissional ou habilitação profissional técnica e tecnológica, de acordo com a legislação vigente.

O aproveitamento de competências segue o previsto na LDB de nº 9394 (BRASIL, 1996), que estabelece que o conhecimento adquirido na EPT, inclusive no trabalho, poderá ser objeto de avaliação, reconhecimento e certificação para prosseguimento ou conclusão de estudos. A Resolução CNE/CP de nº 1 (BRASIL, 2021) e os art. 9 e art. 11 da Deliberação de nº 70 (CEETEPS, 2021), facultam ao aluno o reconhecimento de competências profissionais anteriormente desenvolvidas, para fins de prosseguimento ou de conclusão dos estudos.

O aproveitamento de estudos, decorrente da equivalência entre disciplinas cursadas em Instituição de Ensino Superior credenciada na forma da lei, e os exames de proficiência seguem o previsto no Regulamento Geral dos Cursos de Graduação das Fatecs.

3.8 Exames de proficiência

A pedido da Coordenadoria de Curso, a Unidade de Ensino poderá aplicar Exame de Proficiência destinado a verificar se o aluno já possui os conhecimentos que permitem dispensá-lo de cursar disciplinas obrigatórias ou optativas do currículo de seu curso de graduação, de acordo com o Regulamento Geral dos Cursos de Graduação das Fatecs.

3.9 Certificados e diplomas a serem emitidos

Ao concluir o curso, o aluno terá direito ao diploma de Tecnólogo em Gestão de Empreendimentos Gastronômicos.



4. Perfil Profissional do Egresso

O egresso do CST Gestão de Empreendimentos Gastronômicos poderá atuar de diferentes formas no mercado de trabalho. Ele projeta, planeja, gerencia e operacionaliza estabelecimentos e serviços no setor de alimentos e bebidas. Identifica, seleciona e adquire mobiliário, equipamentos, utensílios e insumos para o setor de alimentos e bebidas. Controla e avalia custos e orçamentos. Coordena equipes de trabalho nos serviços de hospitalidade em bares, restaurantes e similares. Elabora e analisa cardápios. Organiza projetos de fluxo de trabalho em cozinha, salão, bar e demais áreas no setor de alimentos e bebidas. Planeja e organiza eventos gastronômicos. Desenvolve pesquisas e estudos de mercado no setor de alimentos e bebidas. Identifica tendências de mercado e inovações tecnológicas no setor de alimentos e bebidas. Realiza assessoria e consultoria nos empreendimentos gastronômicos

Para que o egresso alcance o perfil citado, o CST em Gestão de Empreendimentos Gastronômicos desenvolve em seus componentes temáticas transversais, competências profissionais e socioemocionais.

4.1 Competências profissionais

No CST em Gestão de Empreendimentos Gastronômicos serão desenvolvidas as seguintes competências profissionais:

- ▶ Planejar, organizar, executar e gerenciar serviços de alimentação e bebidas em diversos tipos de empreendimentos gastronômicos como restaurantes (comerciais e industriais), bares, cafeterias, serviços de catering e afins;
- ▶ Distinguir e correlacionar os diferentes valores culturais, históricos, solidários e de hospitalidade;
- ▶ Elaborar e apresentar as preparações de acordo com a tipologia de serviços;
- ▶ Organizar e desenvolver critérios de qualidade, sustentabilidade e segurança alimentar em matérias-primas, fornecedores e produtos;
- ▶ Planejar e organizar eventos gastronômicos de forma sustentável, inclusiva, ética e responsável;
- ▶ Planejar, avaliar e controlar as atividades de produção, conservação de alimentos, custos e orçamentos;
- ▶ Planejar, elaborar, analisar e propor cardápios;
- ▶ Identificar e sugerir diferentes níveis de compatibilização entre alimentos e bebidas, considerando os aspectos históricos e socioculturais da bebida, análise sensorial, tipologia, harmonizações e sequências de pratos e bebidas na composição de um contexto gastronômico.
- ▶ Dimensionar, selecionar e capacitar equipes de trabalho no efetivo desempenho profissional respeitando aspectos étnico-raciais, responsabilidade socioambiental e direitos humanos;
- ▶ Conceber e gerenciar empreendimentos e negócios gastronômicos;
- ▶ Comunicar, articular e negociar parceiros, fornecedores e clientes no mercado gastronômico;
- ▶ Identificar, selecionar e organizar utensílios, equipamentos, mobiliários, matéria-prima para diferentes serviços e estabelecimento de alimentos e bebidas;
- ▶ Realizar pesquisas de mercado, tendências gastronômicas e inovações;
- ▶ Contextualizar os diferentes tipos de empreendimentos gastronômicos considerando as diferentes realidades regionais, nacionais e globais e suas inter-relações no ambiente natural, sociocultural e econômico;
- ▶ Identificar as diversas tipologias de empreendimentos e serviços gastronômicos;
- ▶ Identificar, analisar e propor inovações na cadeia produtiva do setor de gastronomia e suas respectivas atividades, bem como os procedimentos e relações que as envolvem;
- ▶ Desenvolver e organizar a logística para serviços gastronômicos;



- ▶ Analisar e aplicar a legislação, normas e as políticas públicas do setor de alimentação, no que diz respeito à segurança, acessibilidade, sustentabilidade, contratação de serviços e documentações;
- ▶ Aplicar as novas tecnologias da informação e estratégias de gestão para os empreendimentos gastronômicos;
- ▶ Analisar e interpretar dados e informações com base em estatísticas, projeções, tendências e consulta a profissionais especializados no setor gastronômico;
- ▶ Desenvolver e aplicar planos de marketing, comercialização e promoção de empreendimentos e serviços gastronômicos.
- ▶ Gerenciar crises e propor novas estratégias de desenvolvimento no setor de gastronomia

4.2 Competências socioemocionais

Nos Cursos Superiores de Tecnologia, preconiza-se o desenvolvimento das seguintes competências socioemocionais, que podem ser desenvolvidas transversalmente em todos os componentes, em todos os semestres:

- ▶ Demonstrar capacidade de resolver problemas complexos e propor soluções criativas e inovadoras;
- ▶ Desenvolver a visão sistêmica, identificando soluções, respeitando aspectos culturais, éticos, ambientais e sociais no âmbito local, regional e internacional;
- ▶ Evidenciar o uso de pensamento crítico em situações adversas;
- ▶ Empreender ações inovadoras, analisando criticamente a organização, antecipando e promovendo transformações;
- ▶ Administrar conflitos, quando necessário, estabelecer relações e propor um ambiente colaborativo, incentivando o trabalho em equipe;
- ▶ Atuar de forma autônoma na realização de atividades profissionais e na execução de projetos;
- ▶ Elaborar, gerenciar e apoiar projetos, identificando oportunidades e avaliando os riscos inerentes;
- ▶ Comunicar-se tanto na língua materna como em língua estrangeira.

4.3 Mapeamento de Competências por Componente

É importante considerar que para desenvolver o perfil do Tecnólogo formado pelas Fatecs além das competências profissionais, esse profissional deve destacar-se por abranger temas relacionados à sustentabilidade e ao atendimento a demandas sociais, históricas, culturais, interculturais, bem como conscientização e ações de preservação e educação ambiental, de respeito a relações étnico-raciais e de inclusão. Com isso, as competências socioemocionais são muito representativas no rol de competências requeridas para o profissional e ser humano do século XXI - são fundamentais para as novas realidades da empregabilidade, para a formação ao longo da vida e para a adaptação às transformações aceleradas, que são vividas na organização do trabalho.

Os componentes curriculares do CST em Gestão de Empreendimentos Gastronômicos abordam as seguintes competências e temáticas:

Competência profissional e socioemocional	Componente(s)
▶ Planejar, organizar e executar e gerenciar serviços de alimentação e bebidas em diversos tipos de empreendimentos gastronômicos como restaurantes (comerciais e industriais), bares, cafeterias, serviços de catering e afins;	▶ Técnicas de Nutrição e Higiene dos Alimentos ▶ Serviços de sala e bar ▶ Gestão em serviços de alimentação ▶ Administração



Competência profissional e socioemocional	Componente(s)
▶ Distinguir e correlacionar os diferentes valores culturais, históricos, solidários e de hospitalidade;	▶ Fundamentos da Hospitalidade ▶ Território e Gastronomia ▶ Gastronomia e Turismo ▶ Cultura Gastronômica ▶ Administração
▶ Elaborar e apresentar as preparações de acordo com a tipologia de serviços;	▶ Técnicas de Nutrição e Higiene dos Alimentos ▶ Técnicas Básicas de Gastronomia ▶ Técnicas Gastronômicas Avançadas ▶ Serviços de sala e bar ▶ Economia Criativa
▶ Organizar e desenvolver critérios de qualidade, sustentabilidade e segurança alimentar em matérias-primas, fornecedores e produtos;	▶ Gestão da Qualidade em Gastronomia ▶ Tendências Mercadológicas do mercado gastronômico ▶ Administração
▶ Planejar e organizar eventos gastronômicos de forma sustentável, ética e responsável;	▶ Planejamento e Organização de Eventos Gastronômicos ▶ Projeto Integrador II
▶ Planejar, avaliar e controlar as atividades de produção, conservação de alimentos, custos e orçamentos;	▶ Análise e Administração de Custos ▶ Planejamento e Gestão de Cardápio Gastronômico ▶ Administração
▶ Planejar, elaborar, analisar e propor cardápios;	▶ Planejamento e Gestão de Cardápio Gastronômico ▶ Projeto Integrador III
▶ Identificar e sugerir diferentes níveis de compatibilização entre alimentos e bebidas, considerando os aspectos históricos e socioculturais da bebida, análise sensorial, tipologia, harmonizações e sequências de pratos e bebidas na composição de um contexto gastronômico.	▶ Planejamento e Gestão de Cardápio ▶ Técnicas de Nutrição e Higiene dos Alimentos Técnicas Básicas de Gastronomia ▶ Técnicas Gastronômicas Avançadas ▶ Harmonização
▶ Dimensionar, selecionar e capacitar equipes de trabalho no efetivo desempenho profissional respeitando aspectos ético-racionais, responsabilidade socioambiental e direitos humanos;	▶ Administração ▶ Gestão de Recursos Humanos ▶ Legislação Aplicada a Negócios Gastronômicos ▶ Tendências Mercadológicas do mercado gastronômico
▶ Conceber e gerenciar empreendimentos e negócios gastronômicos;	▶ Administração ▶ Economia Criativa ▶ Estudo de Viabilidade Econômico- Financeira ▶ Projeto Integrador VI ▶ Tendências Mercadológicas do mercado gastronômico ▶ Gestão Financeira de Empreendimentos Gastronômicos ▶ Gestão de Recursos Humanos ▶ Administração
▶ Comunicar, articular e negociar parceiros, fornecedores e clientes no mercado gastronômicos;	▶ Administração ▶ Marketing de Serviços ▶ Marketing Digital ▶ Vitrinismo e Merchandising em A & B
▶ Identificar, selecionar e organizar utensílios, equipamentos, mobiliários, matéria-prima para diferentes serviços e estabelecimento de alimentos e bebidas;	▶ Planejamento físico de espaços gastronômicos ▶ Planejamento e Gestão de Cardápio Gastronômico
▶ Realizar pesquisas científicas e de mercado, tendências gastronômicas e inovações;	▶ Economia Criativa ▶ Marketing de Serviços ▶ Tendências Mercadológicas do mercado Gastronômico ▶ Projeto Integrador IV ▶ Métodos para a produção do conhecimento
▶ Contextualizar os diferentes tipos de empreendimentos gastronômicos considerando as diferentes realidades regionais, nacionais e globais e suas inter-relações no ambiente natural, sociocultural e econômico;	▶ Economia Criativa ▶ Território e Gastronomia ▶ Gastronomia e Turismo ▶ Importação e Exportação de Alimentos e Bebidas
▶ Identificar as diversas tipologias de empreendimentos e serviços gastronômicos;	▶ Técnicas de Nutrição e Higiene dos Alimentos Gastronomia e Turismo ▶ Fundamentos da Hospitalidade ▶ Projeto Integrador I
▶ Identificar e analisar o funcionamento da cadeia produtiva do setor de gastronomia e suas respectivas atividades, bem como os procedimentos e relações que a envolvem;	▶ Gerenciamento de cadeia de suprimentos na Gastronomia





Competência profissional e socioemocional	Componente(s)
Desenvolver e organizar a logística para serviços gastronômicos;	Gerenciamento de cadeia de suprimentos em Gastronomia;
Analisar e aplicar a legislação, normas e as políticas públicas do setor de eventos, no que diz respeito à segurança, acessibilidade, sustentabilidade, contratação de serviços e documentações;	- Legislação Aplicada a Negócios Gastronômicos - Importação e Exportação de Alimentos e Bebidas
Aplicar as novas tecnologias da informação usuais para o setor alimentação e outros recursos tecnológicos;	Tecnologia da Informação aplicada a empreendimentos gastronômicos
Analisar e interpretar dados e informações com base em estatísticas, projeções, tendências e consulta a profissionais especializados na área de alimentação.	- Economia Criativa - Tendências Mercadológicas do mercado gastronômico
Desenvolver e aplicar planos de marketing, comercialização e promoção de empreendimentos e serviços gastronômicos	- Marketing de Serviços - Marketing Digital - Vitrinismo e Merchandising em A&B
Gerenciar crises e propor novas estratégias de desenvolvimento no setor de alimentação	- Administração - Economia Criativa - Gestão em serviços em alimentação - Gestão de Recursos Humanos
Administrar conflitos quando necessário, estabelecer relações e propor um ambiente colaborativo, incentivando o trabalho em equipe.	As competências socioemocionais serão desenvolvidas em todos os componentes do curso, de forma transversal e contextualizada com o setor produtivo.
Demonstrar capacidade de resolver problemas complexos e propor soluções criativas e inovadoras.	
Desenvolver a visão sistêmica, identificando soluções, respeitando aspectos culturais, éticos, ambientais e sociais no âmbito local, regional e internacional.	
Evidenciar o uso de pensamento crítico em situações adversas.	
Empreender ações inovadoras, analisando criticamente a organização, antecipando e promovendo transformações.	
Administrar conflitos, quando necessário, estabelecer relações e propor um ambiente colaborativo, incentivando o trabalho em equipe.	
Atuar de forma autônoma na realização de atividades profissionais e na execução de projetos.	
Elaborar, gerenciar e apoiar projetos, identificando oportunidades e avaliando os riscos inerentes.	
Comunicar-se na língua materna e na língua estrangeira.	

4.4 Temáticas Transversais

Em consonância com a Lei de nº 9795 (BRASIL, 1999) e com o Decreto de nº 4281 (BRASIL, 2002), que tratam da necessidade de discussão, pelos cursos de graduação, de Políticas de Educação Ambiental, e com a Resolução CNE/CP de nº 1 (BRASIL, 2004), que trata da necessidade da inclusão e discussão da educação das relações étnico-raciais, história e cultura afro-brasileira e africana, bem como a gestão da diversidade e políticas de inclusão e outras temáticas que promovam a reflexão do profissional. Tais temáticas podem ser trabalhadas em forma de eventos e palestras. Evidencia-se, assim, a intenção de trazer ao egresso um olhar holístico sobre a comunidade escolar e a sociedade na qual ela está inserida.



4.5 Língua Brasileira de Sinais - Libras

Em consonância com a Lei nº 10436 (BRASIL, 2002), regulamentada pelo Decreto nº 5626 (BRASIL, 2005), que dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais e versa sobre a necessidade de inclusão de Libras no currículo, há a oferta de Libras, de forma optativa, para os discentes dos Cursos Superiores de Tecnologia do Ceeteps.





5. Organização Curricular

5.1 Pressupostos da organização curricular

A composição curricular do curso está regulamentada de acordo com a Resolução CNE/CP de nº 01 (BRASIL, 2021), que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a Educação Profissional e Tecnológica, com a Deliberação CEE 207/2022 que fixa as Diretrizes Curriculares para a Educação Profissional Tecnológica no Sistema de Ensino do Estado de São Paulo, e com a Deliberação de nº 70 (CEETEPS, 2021), que estabelece as diretrizes para os cursos de graduação das Fatecs. Além disso, atende conforme o disposto na Resolução CNE 07/2018 e Deliberação CEE 216/2023 que trata da curricularização da extensão, com a oferta de 10% da carga horária total do curso.

O CST em Gestão de Empreendimentos Gastronômicos, classificado no Eixo Tecnológico em Turismo, Hospitalidade e Lazer, propõe uma carga horária total de 2.400 horas, destinada aos componentes curriculares (2880 aulas de 50 minutos), acrescida de 160 horas de trabalho de Graduação e de 240 horas de Estágio Curricular Supervisionado, perfazendo um total de 2800 horas, contemplando, assim, o disposto na legislação e às diretrizes internas do Centro Paula Souza.





5.2 Matriz curricular do CST em Gestão de Empreendimentos Gastronômicos – Fatec São Paulo - R-05

1º semestre	2º semestre	3º semestre	4º semestre	5º semestre	6º semestre
Projeto Integrador I – Tipologia de Espaços Gastronômicos (40 aulas) - R / E	Projeto Integrador II – Festival Gastronômico (80 aulas) - R / E	Projeto Integrador III – Engenharia de Cardápios (80 aulas) - R / E	Projeto Integrador IV – Pesquisa de Mercado Gastronômico (80 aulas) - R / E	Projeto Integrador V – Marketing (80 aulas) - R / E	Projeto Integrador VI – Modelo de Negócios e Projetos de Consultoria (80 aulas) - R / E
Técnicas de Nutrição e Higiene dos Alimentos (80 aulas)	Planejamento e Organização de Eventos Gastronômicos (80 aulas)	Tecnologia da Informação Aplicada a Empreendimentos Gastronômicos (80 aulas)	Planejamento Físico de Espaços Gastronômicos (80 aulas)	Vitrinismo e Merchandising em A&B (80 aulas)	Tendências Mercadológicas do Mercado Gastronômico (80 aulas)
Gastronomia e Turismo (80 aulas)	Serviços de Sala e Bar (80 aulas)	Técnicas Gastronômicas Avançadas (80 aulas)	Cultura Gastronômica (80 aulas)	Harmonização (80 aulas)	Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos na Gastronomia (40 aulas)
Território e Gastronomia (80 aulas)	Técnicas Básicas de Gastronomia (80 aulas)	Planejamento e Gestão de Cardápio Gastronômico (80 aulas)	Gestão em Serviços de Alimentação - (Operacional) (80 aulas)	Gestão da Qualidade em Gastronomia (40 aulas)	Importação e Exportação de Alimentos e Bebidas (40 aulas)
Fundamentos da Hospitalidade (40 aulas)	Métodos para Produção do Conhecimento (40 aulas)	Marketing de Serviços (40 aulas)	Gestão Financeira de Empreendimentos Gastronômicos (40 aulas)	Legislação Aplicada a Negócios Gastronômicos (40 aulas)	Estudo de Viabilidade Econômico-Financeira (80 aulas)
Economia Criativa (40 aulas)	Administração (40 aulas)	Estatística (40 aulas)	Marketing Digital (40 aulas)	Gestão de Recursos Humanos (40 aulas)	Empreendedorismo (80 aulas)
Comunicação e Expressão I (40 aulas)	Comunicação e Expressão II (40 aulas)	Espanhol I (40 aulas)	Espanhol II (40 aulas)	Espanhol III (40 aulas)	Espanhol IV (40 aulas)
Espanhol I (40 aulas)	Espanhol II (40 aulas)	Espanhol III (40 aulas)	Espanhol IV (40 aulas)	Espanhol V (40 aulas)	Espanhol VI (40 aulas)
Inglês I (40 aulas)	Inglês II (40 aulas)	Inglês III (40 aulas)	Inglês IV (40 aulas)	Inglês V (40 aulas)	Inglês VI (40 aulas)
E = Atividade Curricular de Extensão				R = Remoto On Line Sincrono	
Atividades Externas à Matriz					
Estágio					
(240 Horas)					
Trabalho de Graduação (TG)					
(160 Horas)					
aulas/horas semanais: 24a/20h semestrais: 480a/400h	aulas/horas semanais: 24a/20h semestrais: 480a/400h	aulas/horas semanais: 24a/20h semestrais: 480a/400h	aulas/horas semanais: 24a/20h semestrais: 480a/400h Estágio: 80 horas	aulas/horas semanais: 24a/20h semestrais: 480a/400h Estágio: 80 horas TG: 80 horas	aulas/horas semanais: 24a/20h semestrais: 480a/400h Estágio: 80 horas TG: 80 horas
DISTRIBUIÇÃO DAS AULAS POR EIXO FORMATIVO					
Básicas	Aulas	%	Profissionais	Aulas	%
Matemática e Estatística	40	1,4	Projetos (Integrador, Acadêmico, etc)	400	13,9
Metodologias de Pesquisa	40	1,4	Tecnológicas Específicas para o Curso	1480	51,4
Administração e Economia	360	12,5			
TOTAL	440	15,3	TOTAL	1880	65,3
2400 Horas			2880 Aulas		100,0 %
RESUMO DE CARGA HORÁRIA:					
Matriz Curricular com 2400 horas (ou 2880 aulas de 50 minutos), sendo 333,3 horas destinadas à Atividade Curricular de Extensão;					
Trabalho de Graduação com 160 horas;					
Estágio com 240 horas;					
Total do curso: 2800 horas					
Total de Atividades Curriculares de Extensão para este curso: 333,3 horas					



5.3 Tabela de componentes e distribuição da carga horária

Os componentes que se iniciam com * são eletivas (exemplo: * Informática)

Sem.	Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais					
					Presenciais		On-line		Total	Atividade Curricular de Extensão
					Sala	Lab.	Sala	Lab.		
1º	1	GEG-001	Técnicas de Nutrição e Higiene dos Alimentos	Presencial	-	80	-	-	80	-
	2	SGT-060	Fundamentos da Hospitalidade	Presencial	40	-	-	-	40	-
	3	COM-051	Comunicação e Expressão I	Presencial	40	-	-	-	40	-
	4	GEG-002	Gastronomia e Turismo	Presencial	80	-	-	-	80	-
	5	GEG-003	Território e Gastronomia	Presencial	40	40	-	-	80	-
	6	PGG-001	Projeto Integrador I – Tipologia de Espaços Gastronômicos	On-line	-	-	20	20	40	40
	7	ING-211	Inglês I	Presencial	30	10	-	-	40	-
	8	ESP-071	Espanhol I	Presencial	30	10	-	-	40	-
	9	ECN-025	Economia Criativa	Presencial	40	-	-	-	40	-
Total de aulas do semestre					300	140	20	20	480	40

Sem.	Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais					
					Presenciais		On-line		Total	Atividade Curricular de Extensão
					Sala	Lab.	Sala	Lab.		
2º	1	MPC-020	Métodos para produção do conhecimento	Presencial	40	-	-	-	40	-
	2	GEG-004	Planejamento e Organização de Eventos Gastronômicos	Presencial	40	40	-	-	80	-
	3	GEG-005	Serviços de sala e bar	Presencial	40	40	-	-	80	-
	4	GEG-006	Técnicas Básicas de Gastronomia	Presencial	-	80	-	-	80	-
	5	COM-052	Comunicação e Expressão II	Presencial	40	-	-	-	40	-
	6	PGG-002	Projeto Integrador II – Festival Gastronômico	On-line	-	-	20	20	40	40
	7	ING-212	Inglês II	Presencial	30	10	-	-	40	-
	8	ESP-072	Espanhol II	Presencial	30	10	-	-	40	-
	9	ADM-053	Administração	Presencial	40	-	-	-	40	-
Total de aulas do semestre					260	180	20	20	480	40

Sem.	Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais					
					Presenciais		On-line		Total	Atividade Curricular de Extensão
					Sala	Lab.	Sala	Lab.		
3º	1	PMA-020	Marketing de Serviços	Presencial	40	-	-	-	40	-
	2	ITI-116	Tecnologia da Informação aplicada a empreendimentos gastronômicos	Presencial	40	40	-	-	80	-
	3	GEG-007	Técnicas Gastronômicas Avançadas	Presencial	-	80	-	-	80	-
	4	GEG-008	Planejamento e Gestão de Cardápio Gastronômico	Presencial	80	-	-	-	80	-
	5	EST-050	Estatística	Presencial	40	-	-	-	40	-
	6	PGG-003	Projeto Integrador III – Engenharia de cardápios	On-line	-	-	40	40	80	80
	7	ING-213	Inglês III	Presencial	30	10	-	-	40	-
	8	ESP-073	Espanhol III	Presencial	25	15	-	-	40	-
Total de aulas do semestre					255	145	40	40	480	80





Sem.	Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais					
					Presenciais		On-line		Total	Atividade Curricular de Extensão
					Sala	Lab.	Sala	Lab.		
4º	1	GEG-009	Planejamento físico de espaços gastronômicos	Presencial	40	40	-	-	80	-
	2	ECN-026	Gestão financeira de empreendimentos gastronômicos	Presencial	20	20	-	-	40	-
	3	PMA-021	Marketing Digital	Presencial	20	20	-	-	40	-
	4	AGT-070	Cultura Gastronômica	Presencial	80	-	-	-	80	-
	5	GEG-010	Gestão em serviços de alimentação – (operacional)	Presencial	40	40	-	-	80	-
	6	PGG-004	Projeto Integrador IV – Pesquisa de mercado gastronômico	On-line	-	-	40	40	80	80
	7	ING-214	Inglês IV	Presencial	30	10	-	-	40	-
	8	ESP-074	Espanhol IV	Presencial	25	15	-	-	40	-
Total de aulas do semestre					255	145	40	40	480	80

Sem.	Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais					
					Presenciais		On-line		Total	Atividade Curricular de Extensão
					Sala	Lab.	Sala	Lab.		
5º	1	GEG-011	Vitrinismo e Merchandising em A&B	Presencial	40	40	-	-	80	-
	2	GEG-012	Gestão da Qualidade em Gastronomia	Presencial	40	-	-	-	40	-
	3	DGG-001	Legislação Aplicada a Negócios Gastronômicos	Presencial	40	-	-	-	40	-
	4	ADM-054	Análise e Administração de Custos	Presencial	40	-	-	-	40	-
	5	ADM-055	Gestão de Recursos Humanos	Presencial	40	-	-	-	40	-
	6	BAL-004	Harmonização	Presencial	40	40	-	-	80	-
	7	PGG-005	Projeto Integrador V – Marketing	On-line	-	-	40	40	80	80
	8	ING-215	Inglês V	Presencial	30	10	-	-	40	-
	9	ESP-075	Espanhol V	Presencial	20	20	-	-	40	-
Total de aulas do semestre					290	110	40	40	480	80

Sem.	Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais					
					Presenciais		On-line		Total	Atividade Curricular de Extensão
					Sala	Lab.	Sala	Lab.		
6º	1	ECN-027	Estudo de Viabilidade Econômico-Financeira	Presencial	80	-	-	-	80	-
	2	GEG-013	Tendências Mercadológicas do mercado gastronômico	Presencial	40	40	-	-	80	-
	3	AGS-019	Gerenciamento da cadeia de suprimentos na Gastronomia	Presencial	40	-	-	-	40	-
	4	ADM-056	Importação e Exportação de Alimentos e Bebidas	Presencial	40	-	-	-	40	-
	5	ADM-057	Empreendedorismo	Presencial	40	40	-	-	80	-
	6	PGG-006	Projeto Integrador VI – Modelos de Negócios e Projetos de Consultoria	On-line	-	-	40	40	80	80
	7	ING-216	Inglês VI	Presencial	30	10	-	-	40	-
	8	ESP-076	Espanhol VI	Presencial	20	20	-	-	40	-
Total de aulas do semestre					290	110	40	40	480	80

Total de AULAS do curso					1650	830	200	200	2880	400
Total de HORAS do curso					1375	692	167	167	2400	333,3





5.4 Distribuição da carga horária dos componentes complementares

No CST em Gestão de Empreendimentos Gastronômicos há previsão de componentes complementares.

Sigla	Aplicável ao CST	Componente Complementar	Total de horas	Obrigatoriedade
TGG-001 e TGG-002	[X]	Trabalho de Graduação	160 horas	Obrigatório a partir do 5º Semestre
EGG-001	[X]	Estágio Curricular Supervisionado	240 horas	Obrigatório a partir do 4º Semestre
XXXX	[]	Atividades Acadêmico-Científico-Culturais	XX horas ou apague e deixe em branco	Não obrigatório





6. Ementário

6.1 Primeiro Semestre

Sem.	Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais					
					Presenciais		On-line		Total	Atividade de Currículo de Extensão
					Sala	Lab.	Sala	Lab.		
1º	1	GEG-001	Técnicas de Nutrição e Higiene dos Alimentos	Presencial	-	80	-	-	80	-
	2	SGT-060J	Fundamentos da Hospitalidade	Presencial	40	-	-	-	40	-
	3	COM-051	Comunicação e Expressão I	Presencial	40	-	-	-	40	-
	4	GEG-002	Gastronomia e Turismo	Presencial	80	-	-	-	80	-
	5	GEG-003	Território e Gastronomia	Presencial	40	40	-	-	80	-
	6	PGG-001	Projeto Integrador I – Tipologia de Espaços Gastronômicos	On-line	-	-	20	20	40	40
	7	ING-211	Inglês I	Presencial	30	10	-	-	40	-
	8	ESP-071	Espanhol I	Presencial	30	10	-	-	40	-
	9	ECN-025	Economia Criativa	Presencial	40	-	-	-	40	-
Total de aulas do semestre					300	140	20	20	480	40

6.1.1 – GEG-001 – Técnicas de Nutrição e Higiene dos Alimentos – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Sistematizar o processo de produção de preparações.
- ▶ Avaliar métodos de cocção adequados às preparações.
- ▶ Utilizar métodos de higienização dos alimentos, utensílios, equipamentos e ambiente.
- ▶ Prevenir, controlar e avaliar a contaminação através da utilização de técnicas adequadas de transporte e armazenamento.
- ▶ Identificar as fontes de contaminação, prevenindo, controlando e avaliando através da utilização de técnicas adequadas.
- ▶ Identificar cortes de acordo com o tipo de carne, vegetais para preparos de fundos.

Objetivos de Aprendizagem

Identificar os grupos alimentares por meio de técnicas e habilidades práticas. Manipular alimentos e bebidas, de forma a prevenir efeitos adversos à saúde do consumidor. Identificar, aplicar e treinar as normas e procedimentos relacionados às boas práticas alimentares. Planejar e aplicar processos sustentáveis nos meios de alimentação. Conhecer os elementos de composição da alimentação humana e nutrição. Aplicar técnicas de cortes de acordo com o tipo de carne, vegetais para preparo de fundos.

Ementa

Bases da alimentação saudável: macro e micronutrientes. Aplicar técnicas de cortes e cocção de acordo com os conceitos de boas práticas alimentares definidas pela agência nacional de vigilância sanitária e legislação municipal. Legislações sanitárias vigentes e suas aplicabilidades. Diagnosticar e planejar, treinamento e conscientização dos colaboradores para as boas práticas. Conceitos básicos das doenças transmitidas por alimentos (DTAs). Manual de Boas Práticas (MBP) e Procedimentos Operacionais Padronizados (POP). Identificar cardápios visando a saudabilidade e





as restrições alimentares: alergias, intolerâncias, sensibilidade aos diversos grupos alimentares, controle de obesidade, diabetes e celíacos. Conceitos gerais em Nutrição: Alimento, nutriente, dietética, alimentação, entre outros.

► **Metodologias Propostas**

Aulas práticas em laboratório de gastronomia. Ensaios práticos. Visitas técnicas nos espaços gastronômicos.

► **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Avaliação escrita. Avaliação prática. Seminário de pesquisa: soluções criativas para restrições alimentares.

► **Bibliografia Básica**

- GERMANO, P. M. I. L.; GERMANO, M. I. S. Higiene e vigilância sanitária de alimentos. 6. ed. São Paulo: Varela, 2019.
- QUARESMA, L. S.; LETHIAS, H. Nutrição, dietética e boa cozinha. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2014.
- TAVELLA, A. Boas práticas de fabricação para serviços de alimentação: alimentos e bebidas. São Paulo: Senai, 2018.

► **Bibliografia Complementar**

- ABRANCHES, Monise Viana. Treinamento para Manipuladores de Alimentos em UAN. 1ª edição. Viçosa, MG. Ed. A.S.Sistemas, 2017.
- ASSIS, L. Alimentos seguros: ferramentas para gestão e controle da produção e distribuição. 2. ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2018.
- EVANGELISTA, José. Tecnologia de Alimentos. 2ª ed. São Paulo: Editora Atheneu, 2008.
- KOVESI, Betty. SIFFERT, Carlos. CREMA, Carole. MARTINOLLI, Gabriela. 400g: técnicas de cozinha. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2007.
- PADILHA, L. Aspectos legais das boas práticas em serviços de alimentação. São Paulo: Clube de Autores, 2022.
- TEICHMANN, Ione. Tecnologia Culinária. Caxias do Sul: EducS, 2000.

6.1.2 – SGT-060] – Fundamentos da Hospitalidade – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Analisar os aspectos históricos e culturais da gastronomia na produção de diversas preparações.
- Utilizar a gastronomia como elemento de influência na hospitalidade e no turismo

► **Objetivos de Aprendizagem**

Identificar os conceitos, dimensões e aspectos históricos da Hospitalidade. Estabelecer as relações entre a Hospitalidade e os espaços gastronômicos, objetivando promover uma reflexão sobre a





importância do processo de gestão da hospitalidade, das características do comportamento organizacional e dos ciclos migratórios bem como as formas de acolhimento, para que haja melhor utilização dos recursos humanos. Entender a tipologia e classificação dos restaurantes e bares para utilizar a Hospitalidade comercial e a etiqueta social e profissional em benefício da qualidade de vida de todos os envolvidos no processo de acolhimento.

Ementa

Estudo da hospitalidade. Aspectos psicossociais da hospitalidade. Avaliação da hospitalidade dentro do contexto da dádiva e como atributo. Estudo do contexto histórico social, os fundamentos, conceitos e tipologia dentro do cenário global, analisando os princípios e dimensões da hospitalidade utilizados nos espaços gastronômicos, visando reconhecer as propostas dos espaços gastronômicos em seus diferentes tipos, partes, estruturas e organizações para adequá-las às propostas de hospitalidade em especial a suas tendências nos ambientes gastronômicos.

▶ **Metodologias Propostas**

Aulas expositivas auxiliada por recursos áudio visuais. Utilização de textos, artigos e reportagens sobre o tema.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Trabalhos em grupo. Análise Resolução de Problemas acompanhado de rubrica de avaliação .

▶ **Bibliografia Básica**

- CAMARGO, L. O. L. **Hospitalidade**. São Paulo: Aleph, 2013.
- CHON, K. S.; SAPARROWE, R. **Hospitalidade: conceitos e aplicações**. Rio de Janeiro: Senac, 2014.
- VIDOVIĆ, S. **A hospitalidade do serviço**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2014.

▶ **Bibliografia Complementar**

- BRUSADIN, L. B. Hospitalidade e dádiva: a alma dos lugares e a cultura do acolhimento. Curitiba: Prismas, 2017.
- MONTANDON, A. O livro da hospitalidade. São Paulo: Senac, 2011.

6.1.3 – COM-051 – Comunicação e Expressão I – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Comunicar-se, tanto na língua materna como em língua estrangeira;
- ▶ Desenvolver a visão sistêmica, identificando soluções, respeitando aspectos culturais, éticos, ambientais e sociais no âmbito local, regional e internacional.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Compreender a verdadeira função da comunicação e da informação no contexto atual e aplicada na área de formação do curso. Desenvolver a capacidade de falar em público e organizar as ideias de modo claro, preciso e criativo. Conhecer características específicas e gerais dos gêneros e tipologias textuais voltados para textos da área de formação. Entender os processos de comunicação intertextual, hipertextual, multimodal e de multiletramento com criticidade na sociedade moderna. Compreender os mecanismos de coerência e coesão aplicados nas produções de textos da área de formação.



▶ **Ementa**

Informação e Comunicação: conceitos e aplicações no contexto comunicativo da área de atuação do curso. Técnicas de apresentação Oral. Tipologias e gêneros textuais: definições, contextos, finalidades, textualização, intertextualização, hipertextualização, multimodalismo e multiletramento, voltados à área de formação. Reconhecer diferentes contextos de uso da língua e ser capaz de utilizar diversos gêneros textuais, inclusive em meios digitais, com foco na atuação profissional. Conhecimento e Produção Textual Técnica. Mecanismos de coesão e coerência aplicados em textos da área de formação.

▶ **Metodologias Propostas**

Aula expositiva-dialogada, metodologias ativas (Aprendizagem Baseada em Problemas, Sala de Aula Invertida, Gamificação, Hands On ou Mão na Massa, Aprendizagem baseada em projetos), exercícios aplicativos, mapas conceituais, portfólio, estudo de texto, dramatização, tempestade cerebral, soluções de problemas, pesquisa de campo, estudo de caso, seminário, fórum, oficinas, estudos com pesquisa, estudos dirigidos, visitas orientadas, palestras, seminários).

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Prova dissertativa, trabalho em grupo, debate e participação nas aulas, autoavaliação, seminário, trabalhos e relatórios individuais.)

▶ **Bibliografia Básica**

- ANDRADE, M. M.; HENRIQUES, A. Língua portuguesa: noções básicas para cursos superiores. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- MARCUSCHI, L. A. Produção textual, análise de gêneros e compreensão. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.
- ROJO, R.; BARBOSA, J. P. Hipernormatização, multiletramentos e gêneros discursivos. São Paulo: Parábola Editorial, 2015.

▶ **Bibliografia Complementar**

- BLIKSTEIN, I. Como falar em público e convencer: técnicas e habilidades. São Paulo: Contexto, 2016.
- DINTEL, Felipe. Como escrever textos técnicos e profissionais. São Paulo: Gutenberg, 2011.
- FARACO, C. A.; TEZZA, C. Prática de texto: para estudantes universitários. 24. ed. Petrópolis: Vozes, 2016.
- KOCH, Ingedore Grunfeld Villaça. O texto e a construção dos sentidos. São Paulo: Contexto, 2007.

6.1.4 – GEG-002 – Gastronomia e Turismo – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Planejamento e organização de empreendimentos comerciais no setor de alimentos bebidas.
- ▶ Identificar e propor roteiro gastronômico e cultural.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**



- ▶ Proporcionar ao aluno uma visão geral da formação dos hábitos alimentares dos diversos povos e conhecimentos para o planejamento, organização e execução de atividades do setor de alimentos e bebidas, relacionando-os com o turismo.

- ▶ **Ementa**

A relevância do setor de A&B para o turismo. A gastronomia como atrativo turístico. Roteiros gastronômicos e culturais.

- ▶ **Metodologias Propostas**

Aulas expositivas auxiliada por recursos áudio visuais. Utilização de textos, artigos e reportagens sobre o tema.

- ▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Trabalhos em grupo. Análise Resolução de Problemas acompanhado de rubrica de avaliação.

- ▶ **Bibliografia Básica**

- FERREIRA, M. R. Turismo e gastronomia: cultura, consumo e gestão. Curitiba: Intersaberes, 2016.
- POSSAMAI, A. M. P.; PECCINI, R. Turismo, história e gastronomia: uma viagem pelos sabores. Caxias do Sul: EDUCS, 2011.
- SCHLUTER, R. G. Gastronomia e turismo. São Paulo: Aleph, 2003.

- ▶ **Bibliografia Complementar**

- DAVIES, C. A. Alimentos e bebidas. 2. ed. Caxias do Sul: EducS, 2001.
- SILVA, Sandra Maria Chemin Seabra da. Cardápio: guia prático para a elaboração. São Paulo: Rocca, 2001.
- STEINBRUCH, E. R. Brasil: gastronomia, cultura e turismo. São Paulo: BEI, 2010.

6.1.5 – GEG-003 – Território e Gastronomia – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Mapear os diferentes territórios gastronômicos internacionais e nacionais, identificando os arranjos produtivos locais, de acordo com as características físicas (solo, relevo, clima etc.) e a relação humana.
- ▶ Reconhecer as cozinhas regionais brasileiras como forma de valorização das culturas locais, associando ao uso e a produção do espaço geográfico.
- ▶ Identificar roteiros gastronômicos paulistas, levando em consideração suas especificidades e associando as condições geográficas como promotoras desses territórios gastronômicos.
- ▶ Envolver-se com a literatura brasileira e perceber que muitas das histórias escritas tiveram como fundamento a gastronomia, com base na produção de seus territórios.
- ▶ Identificar elementos sociogeográficos que contribuem para a formação de espaços gastronômicos regionais e diversos.
- ▶ Analisar e interpretar o espaço vivido, através da análise dos territórios de produção de hortas comunitárias urbanas e agricultura familiar, com enfoque na sustentabilidade.



► **Objetivos de Aprendizagem**

- Refletir e demonstrar os processos que margeiam a cultura e os hábitos alimentares dos povos, a partir da disseminação histórico-geográfica dos alimentos ao redor do mundo e como o alimento pode trazer o global para o local e o local para o global. Identificar os territórios gastronômicos brasileiros e suas relações com a literatura. Demonstrar a importância dos territórios urbanos na produção de alimentos orgânicos através de hortas urbanas e de apoio a gastronomia local. Identificar os territórios da agricultura familiar brasileira e sua importância em relação a sustentabilidade e ao fortalecimento das diversidades gastronômicas.

► **Ementa**

Diversidade dos territórios gastronômicos no Brasil e na América Latina. Construção de Territórios gastronômicos a partir da literatura de escritores brasileiros. Uso e produção de alimentos em territórios urbanos e agrícolas e sua influência na diversidade gastronômica.

► **Metodologias Propostas**

Aulas expositivas e dialogada auxiliada por recursos áudio visuais. Visitas técnicas nos espaços gastronômicos. Leituras e estudos dirigidos.

► **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Exposição de fotografias associadas aos relatórios de campo, contemplando mapas e imagens. Leitura de artigos e atividades avaliativas (questões no forms). Vídeos/Documentários e atividades avaliativas (questões no forms).

► **Bibliografia Básica**

- AMADO, P. J. **A comida baiana de Jorge Amado**: ou o livro de cozinha de Pedro Archanjo com as merendas de Dona Flor. São Paulo: Panelinha, 2014. |
- BARTABURU, X.; FAGUNDES, A. **Paisagens gastronômicas**. São Paulo: SAME Editora, 2019. |
- BELLUZZO, R. **Os sabores da américa**. São Paulo: Senac, 2019. |

► **Bibliografia Complementar**

- ANDRADE, Rudá K. de. A arte de devorar o mundo: Aventuras gastronômicas de Oswald Andrade.
- DÓRIA, C. A.; BASTOS, M. C. A culinária caipira da Paulistânia: A história e as receitas de um modo antigo de comer. São Paulo: Três Estrelas, 2018. 368 p.
- FISCHLER, Claude; MASSON, Estelle. Comer: a alimentação de franceses, outros europeus e americanos. São Paulo, Senac, 2010.
- FREIXA, D.; CHAVES, G. Gastronomia no Brasil e no mundo. São Paulo: Senac, 2019. 430 p

6.1.6 – PGG-001 – Projeto Integrador I – Tipologia de Espaços Gastronômicos – Oferta On-line – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Identificar diferentes tipos de empreendimentos gastronômicos;
- Obter informações e dados relevantes as boas práticas, sustentabilidade, responsabilidade socioambiental e aspectos da hospitalidade e suas relações com o turismo.

► **Objetivos de Aprendizagem**





Identificar os diferentes tipos de espaços gastronômicos. Desenvolver metodologia e técnicas de pesquisas relacionadas a seleção de informações referente as boas práticas, sustentabilidade, responsabilidade socioambiental, aspectos da hospitalidade, relações entre gastronomia e turismo do estabelecimento escolhido. Desenvolver projeto integrado com os demais componentes curriculares do semestre que envolvam ações de responsabilidade social, cidadania, cultura, ciência, tecnologia e inovação promovendo a cooperação e troca de saberes com diversos segmentos da sociedade.

▶ **Ementa**

Planejamento, desenvolvimento da pesquisa: Estrutura, conteúdo e formatação. Tipologia de espaços gastronômicos existentes no mercado. Aspectos da hospitalidade e suas relações com a Gastronomia e Turismo. Caracterização Geral do estabelecimento. Identificação das Boas Práticas, sustentabilidade, responsabilidade socioambiental do espaço escolhido. Identificação dos serviços e de itens que compõe o cardápio considerando princípios da nutrição e dietética. Aspectos favoráveis e desfavoráveis.

Metodologias Propostas

Aulas expositivas e dialogadas auxiliadas por recursos Audiovisuais. Leituras e estudos dirigidos. Sala de Aula Invertida. Aprendizagem Baseada em Projetos/Problemas. Participação em projetos junto aos diversos segmentos da sociedade que envolvam ações de responsabilidade social, cidadania e cultura, ciência, tecnologia e inovação.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Trabalhos em grupo. Análise Resolução de Problemas acompanhado de rubrica de avaliação.

▶ **Bibliografia Básica**

- ELEUTERIO, H. **Serviços de alimentação e bebidas**. 1. ed. São Paulo: Érica, 2014.
- MARQUES, J. **Manual de restaurante e bar**. Rio de Janeiro: Thex, 2004.
- SEVERINO, J. **Metodologia do trabalho científico**. 24. ed. São Paulo: Cortez, 2016.

▶ **Bibliografia Complementar**

- BORSOI, M.A. Nutrição e dietética, noções básicas. São Paulo: SENAC, 2000.
- CASTELLI, G. Hospitalidade: a Inovação na gestão das organizações prestadoras de serviços. São Paulo: Saraiva, 2012.
- DAVIES, C. A. Alimentos e bebidas. 2. ed. Caxias do Sul: Educ, 2001

6.1.7 – ING-211 – Inglês I – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Desenvolver comunicação interpessoal, compreensão e interpretação em situações que envolvam expressão de ideias, negociação, análise e elaboração de documentos na língua-alvo, na área de atuação profissional.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Reconhecer, fornecer e retransmitir informações pessoais e familiares, sobre locais, datas e horários, como em mensagens, avisos ou e-mails. Compreender e produzir instruções e comandos simples e familiares. Falar brevemente sobre si e descrever sentimentos. Perguntar e fornecer informações sobre rotina pessoal e de trabalho, apresentar-se e cumprimentar. Preencher formulários, de forma





presencial ou on-line. Identificar aspectos socioculturais e interculturais das comunidades falantes da língua-alvo.

▶ **Ementa**

Introdução às funções comunicativas da língua inglesa, de modo a desenvolver a compreensão e produção oral e escrita, com uso de estruturas léxico-gramaticais simples, abordando aspectos socioculturais, nos contextos pessoal, acadêmico, e na área de formação profissional.

▶ **Metodologias Propostas**

Aulas expositivas dialogadas, apresentações orais, dramatização (role-play), gamificação e atividades em pares/grupos.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Avaliação Diagnóstica (nivelamento); Avaliação Formativa - exercícios para prática e produção oral e escrita ao longo do curso (com feedback e plano de ações); Avaliação Somativa - provas ou trabalhos, individuais ou em grupo, que avaliem tanto a escrita e leitura, quanto a oralidade e compreensão auditiva.

▶ **Bibliografia Básica**

- HUGES, J. et al. **Business result:** elementary. Student's book with online practice. 2nd edition. New York: Oxford University Press, 2017. |
- O'KEEFE, M. et al. **Business partner:** A1. Coursebook with digital resources. São Paulo: Pearson Universidades, 2020 |
- OXENDEN, C.; LATHAM-KOENIG, C. **American english:** file 1. Student's book Pk with online practice. 3rd edition. New York: Oxford University Press, 2019 |

▶ **Bibliografia Complementar**

- ARTER, R.; NUNAN, D. Teaching english to speakers of other languages. Cambridge: Cambridge University Press, 2015.
- POWELL, M. et al. In Company 3.0: elementary. 3rd edition. São Paulo: Macmillan do Brasil, 2015.

6.1.8 – ESP-071 – Espanhol I – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Desenvolver comunicação interpessoal, compreensão e interpretação em situações que envolvam expressão de ideias, negociação, análise e elaboração de documentos na língua-alvo, na área de atuação profissional.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Interagir utilizando habilidades comunicativas básicas, reconhecer, fornecer e retransmitir informações pessoais e que lhe sejam familiares, em mensagens, avisos ou e-mails. Compreender e produzir textos, instruções e comandos utilizados em situações comunicativas concretas e previstas, nas esferas do cotidiano e no âmbito profissional. Perguntar e fornecer informações sobre rotina pessoal e de trabalho, apresentar-se e cumprimentar. Preencher formulários, de forma presencial ou on-line. Adquirir e utilizar os recursos linguísticos orais e escritos (textuais, sintáticos, léxicos, morfológicos e fonéticos). Compreender a diversidade cultural dos países hispano-falantes e seu contraste com nossa cultura.

**Ementa**

- Introdução às funções comunicativas da língua espanhola para fins específicos, com ênfase na compreensão e produção de gêneros discursivos orais, escritos e multimodais, em consonância com as situações profissionais específicas, de modo a utilizar estruturas léxico-gramaticais simples, considerando aspectos socioculturais do mundo hispânico e as variantes da língua, nos contextos pessoal, acadêmico, e na área de formação profissional.

Metodologias Propostas

Aulas expositivas dialogadas, apresentações orais, dramatização (role-play), gamificação e atividades em pares/grupos.

Instrumentos de Avaliação Propostos

Avaliação Diagnóstica (nivelamento); Avaliação Formativa - exercícios para prática e produção oral e escrita ao longo do curso (com feedback e plano de ações); Avaliação Somativa - provas ou trabalhos, individuais ou em grupo, que avaliem tanto a escrita e leitura, quanto a oralidade e compreensão auditiva.

Bibliografia Básica

- FERNÁNDEZ, A. N.; PROST, G. N. **Al di@**: curso inicial de español para los negocios. Madrid: SGEL, 2015.
- PRADA, M; MARCÉ, P. **Entorno laboral**: nivel A1/B1. Español lengua extranjera. Edición ampliada. Madrid: Edelsa, 2017.
- CASTRO, F. **Uso de la gramática española**: nivel elemental. Nueva edición. Madrid: Edelsa, 2020

Bibliografia Complementar

- LAGO, A. F.; LÓPEZ, C. I. R.; HERNÁNDEZ, A. M. C. **Español para el comercio mundial del siglo XXI**: términos y expresiones esenciales em el mundo de los negocios. Madrid: Editorial Edinumen, 2015.
- PALOMINO, M. A. **Correo comercial**: técnicas y usos. Madrid: Edelsa, 2015.

6.1.9 – ECN-025 – Economia Criativa – Oferta Presencial – Total de 40 aulas**Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)**

- Conceber e gerenciar empreendimentos e negócios gastronômicos;
- Realizar pesquisas científicas e de mercado, tendências gastronômicas e inovações;
- Contextualizar os diferentes tipos de empreendimentos gastronômicos considerando as diferentes realidades regionais, nacionais e globais e suas inter-relações no ambiente natural, sociocultural e econômico;
- Analisar e interpretar dados e informações com base em estatísticas, projeções, tendências e consulta a profissionais especializados na área de eventos.

Objetivos de Aprendizagem

Compreender os debates sobre Economia Criativa, política cultural, sistemas de incentivo à gastronomia e empreendedorismo criativo; estabelecer relações entre a economia criativa na produção de emprego, trabalho e renda na área de gastronomia; compreender e reconhecer os métodos de produção e inovação na economia que envolva empreendimentos gastronômicos.

Ementa



Noções de micro e macroeconomia. Conceito de oferta e demanda. O conceito de economia criativa. A criatividade e os novos empreendimentos na área da gestão em gastronomia na economia do século XXI. As indústrias criativas nos setores integrantes da gastronomia. Sustentabilidade e a inovação.

▸ **Metodologias Propostas**

Leitura de textos previamente selecionados e o debate organizado sobre os temas. Sala de aula invertida com levantamento de assuntos relevantes que deverão ser discutidos pelos discentes. Aulas expositivas para a apresentação de conceitos básicos. Filmes e vídeos sobre o tema. Elaboração, por parte dos discentes, de pesquisa e apresentações com temas relativos à gestão em empreendimentos gastronômicos usando habilidades adquiridas na compreensão da economia cultural e criativa.

▸ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Debates e leituras devem ser avaliados e a cada exercício realizado pelos alunos deverá ser atribuída pontuação. Elaboração de um projeto final realizado em grupo que proponha uma inovação na área da gastronomia usando como elementos básicos os conceitos de economia criativa.

▸ **Bibliografia Básica**

- GREFFE, Xavier. **Economia artisticamente criativa**. São Paulo: Iluminura, 2021.
- REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia da Cultura e Desenvolvimento Sustentável: O caleidoscópio da cultura**. Barueri/SP: Manole, 2007.)
- OSTROWER, Fayga. **Criatividade e processos de criação**. São Paulo: Vozes, 2014. |

▸ **Bibliografia Complementar**

- TOLLILA, Paula. Economia e cultura. São Paulo: Iluminuras, 2000.
- HOWKINS, John. Economia criativa. Como ganhar dinheiro com ideias criativas. São Paulo: M. Books, 2012.
- FISCHLER MIRSHAWKA, Victor. Economia criativa: fonte de novos empregos. São Paulo: DVS Editora, 2016)



6.2 Segundo Semestre

Sem.	Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais					
					Presenciais		On-line		Total	Atividade Curricular de Extensão
					Sala	Lab.	Sala	Lab.		
2º	1	MPC-020	Métodos para produção do conhecimento	Presencial	40	-	-	-	40	-
	2	GEG-004	Planejamento e Organização de Eventos Gastronômicos	Presencial	40	40	-	-	80	-
	3	GEG-005	Serviços de sala e bar	Presencial	40	40	-	-	80	-
	4	GEG-006	Técnicas Básicas de Gastronomia	Presencial	-	80	-	-	80	-
	5	COM-052	Comunicação e Expressão II	Presencial	40	-	-	-	40	-
	6	PGG-002	Projeto Integrador II – Festival Gastronômico	On-line	-	-	20	20	40	40
	7	ING-212	Inglês II	Presencial	30	10	-	-	40	-
	8	ESP-072	Espanhol II	Presencial	30	10	-	-	40	-
	9	ADM-053	Administração	Presencial	40	-	-	-	40	-
Total de aulas do semestre					260	180	20	20	480	40

6.2.1 – MPC-020 – Métodos para produção do conhecimento – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Demonstrar capacidade de resolver problemas complexos e propor soluções criativas e inovadoras;
- ▶ Atuar de forma autônoma na realização de atividades profissionais e na execução de projetos;
- ▶ Atuar de forma autônoma na realização de atividades profissionais e na execução de projetos;
- ▶ Estruturar, metodologicamente, um artigo, a partir do desenvolvimento de protocolo de pesquisa; Tipos de metodologias;
- ▶ Estruturar metodologicamente uma monografia; utilizar as diversas técnicas de pesquisa; redigir textos de forma acadêmica.

Objetivos de Aprendizagem

Evidenciar os fundamentos e métodos pertinentes ao conhecimento científico. Compreender as diversas fases e as principais técnicas para desenvolvimento de pesquisas e trabalhos acadêmicos. Desenvolver pesquisas de campo aliado a trabalhos científicos de acordo com as orientações e normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas.

Ementa

Etapas necessárias para o estudo produtivo; estabelecer um roteiro de estudo adequado às suas necessidades e objetivos; diferenciar os diversos tipos de leitura; elaborar diferentes análises; identificar as várias formas de conhecimento; reconhecer as características da ciência; desenvolver as diversas atividades acadêmicas; diferenciar os diversos tipos de pesquisa; compreender e aplicar o método científico; pensar e elaborar um projeto de pesquisa; estruturar metodologicamente uma monografia; utilizar as diversas técnicas de pesquisa; redigir textos de forma acadêmica.

Metodologias Propostas

Aula expositiva-dialogada, metodologias ativas (Aprendizagem Baseada em Problemas, Sala de Aula Invertida, Gamificação, Hands On ou Mão na Massa, Aprendizagem baseada em projetos), exercícios aplicativos, mapas conceituais, portfólio, estudo de texto, dramatização, tempestade cerebral, soluções de





problemas, pesquisa de campo, estudo de caso, seminário, fórum, oficinas, estudos com pesquisa, estudos dirigidos, visitas orientadas, palestras, seminários.

▸ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Prova dissertativa, trabalho em grupo, debate e participação nas aulas, autoavaliação, seminário, trabalhos e relatórios individuais.

▸ **Bibliografia Básica**

- GIL, A. C. Como elaborar projeto de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.)
- PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013)
- PRONCHIROLI, O.; PONCHIROLI, M. Métodos para a produção do conhecimento. São Paulo, 1. ed. São Paulo: Atlas, 2011.)

▸ **Bibliografia Complementar**

- ANDRADE, M. M. Introdução à metodologia do trabalho científico. São Paulo: Atlas, 2006.
- FACHIN, O. Fundamentos da metodologia. São Paulo: Saraiva, 2006)

6.2.2 – GEG-004 – Planejamento e Organização de Eventos Gastronômicos – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Conceber, planejar, organizar e avaliar eventos.
- Selecionar e organizar equipes e fornecedores para eventos.
- Identificar oportunidades de mercado e negócios relacionadas a eventos.
- Aplicar técnicas de cerimonial, protocolo e etiqueta em eventos.

▸ **Objetivos de Aprendizagem**

Conhecer as fases e procedimentos de um evento. Demonstrar a importância e aplicabilidade de técnicas de planejamento, organização e avaliação de eventos. Demonstrar a importância e aplicabilidade de técnicas de cerimonial, protocolo e etiqueta. Conhecer e analisar espaços e empreendimentos do mercado de eventos gastronômicos. Observar tendências e práticas do mercado de empreendimentos e eventos gastronômicos.

▸ **Ementa**

Mercado de eventos: Conceituação, história, classificação e tipologia dos eventos. Cerimonial e Protocolo. Elaboração de projetos de eventos. Fases e ferramentas da organização de eventos gastronômicos. Empresas organizadoras de eventos e espaço para eventos. Planejamento, logística e execução de eventos gastronômicos. Segurança em eventos. Captação de recursos para eventos e leis de incentivo. Acompanhamento, encerramento e avaliação pós-execução.

▸ **Metodologias Propostas**

Aulas expositivas e dialogadas auxiliadas por recursos áudio visuais. Visitas técnicas nos espaços gastronômicos. Leituras e estudos dirigidos.

▸ **Instrumentos de Avaliação Propostos**





Avaliação escrita. Pesquisa de mercado sobre eventos gastronômicos. Relatório de Visita técnica a espaços de eventos gastronômicos. Relatório de Avaliação de evento gastronômico de pequeno porte.)

► **Bibliografia Básica**

- CALIXTO, F. et. al. Festas em miniatura. São Paulo: Senac, 2008
- FREUND, F. T. **Festas e recepções**: gastronomia, organização e cerimonial. São Paulo: Senac, 2021.
- GIACAGLIA, M. C. **Organização de eventos**: teoria e prática. São Paulo: Cengage Learning 2003.

► **Bibliografia Complementar**

- EGGER-MOELLWALD, L.; EGGER-MOELLWALD, D. **Etiqueta, cerimonial e protocolo**: como receber estrangeiros e organizar um evento de sucesso. São Paulo: Cengage Learning, 2014.
- MATIAS, Marlene (Org.). **Planejamento, organização e Sustentabilidade em Eventos**. Barueri, SP: Editora Manole, 2011.
- MENDONÇA, M. J. A.; PEROZIN, J. G. P. A. **Planejamento e organização de eventos**. São Paulo: Érica. 2014.
- PACHECO, Aristides Oliveira. **Manual de Organização de Banquetes**. São Paulo: Editora Senac, 2004.
- YANES, Adriana. **Cerimonial, Protocolo e Etiqueta em Eventos**. São Paulo: Editora Érica. 2014.

6.2.3 – GEG-005 – Serviços de sala e bar – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Gerenciar equipes, fornecedores e serviços de sala e bar.
- Gerenciar utensílios, materiais e matérias-primas do empreendimento gastronômico.
- Distinguir e executar diferentes modalidades de serviços de alimentação.
- Planejar e organizar utensílios de acordo com o tipo de serviço.
- Conhecer e aplicar as técnicas de atendimento no bar (serviços de bar e mixologia).

► **Objetivos de Aprendizagem**

Avaliar fornecedores para serviços gastronômicos. Conhecer todos os tipos de técnicas de serviços. Planejamento e organização de serviços de bar e café.

► **Ementa**

Planejar, organizar e gerenciar operações no setor de sala e bar. Executar atividades de gerenciamento com recursos tecnológicos. Tipos de serviços e mise-en-place. Técnicas de montagem de mesas e organização de salão para eventos e serviços gastronômicos. Planejamento e organização de serviços de bar e café. Coquetelaria nacional e internacional. Norma de higiene e segurança nos serviços de alimentação.

► **Metodologias Propostas**

Aulas expositivas e dialogadas auxiliadas por recursos áudio visuais. Aulas práticas nos Laboratório de Bar e Restaurante. Visitas técnicas nos espaços gastronômicos. Leituras e estudos dirigidos.

► **Instrumentos de Avaliação Propostos**





Pesquisa de mercado sobre serviços de alimentação. Seminários de serviços de alimentação. Avaliação escrita e prática. Relatório de Visita técnica a empreendimentos gastronômicos.

► **Bibliografia Básica**

- ALVES, A. M.; NISHIO, E. K. **Gestão de negócios da alimentação**: casos e soluções. São Paulo: Senac, 2019.
- CRUZ, C. V. **Para seu restaurante lucrar mais**. São Paulo: Sesi, 2018
- DAVIS, J. **Coquetéis**: o guia completo. São Paulo: Quarto Editora, 2018

► **Bibliografia Complementar**

- FREUND, Francisco Tommy. Alimentos e bebidas: uma visão gerencial. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2005.
- QUARANTA, V. et al. Mixologia: o universo do bartender cientista. São Paulo: Senac, 2019.
 - SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL. Bares e restaurantes: gestão de pequenos negócios. São Paulo: 2019. E-book.

6.2.4 – GEG-006 – Técnicas Básicas de Gastronomia – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Higienizar ambiente, utensílios, equipamentos e alimentos.
- Preparar alimentos, utilizando as técnicas básicas de cozinha.
- Realizar mise en place e pré-preparo para procedimentos culinários.
- Organizar o ambiente e distribuir a brigada de trabalho no espaço gastronômico.

► **Objetivos de Aprendizagem**

Organizar ambientes de produção de alimentos. Selecionar insumos, utensílios e equipamentos para preparações de acordo com as fichas técnicas. Realizar mise en place de acordo com as preparações. Preparar bases de cozinha para produções gastronômicas. Aplicar técnicas gastronômicas em diferentes grupos de alimentos. Selecionar cortes de acordo com o tipo de carne e vegetais. Identificar os métodos de cocção para carnes e vegetais. Preparar bases de cozinha para produções gastronômicas. Realizar análise sensorial das preparações efetuadas.

► **Ementa**

Equipamentos e utensílios de cozinha: tipos, finalidades, técnicas de utilização, manutenção e tipologia. Organização do ambiente de trabalho: hierarquia, divisão de praças, interpretação de fichas técnicas, plano de ataque e mise-en-place de cozinha. Técnicas de preparo de bases de cozinha: aromatizantes, espessantes, harmonização de ervas e condimentos. Métodos de cocção. Produção de fundos e molhos. Cortes de vegetais e carnes. Preparações com ovos. Produção de massas e risotos. Análise das características sensoriais das preparações efetuadas por meio de degustação.

► **Metodologias Propostas**

Aulas práticas em laboratório de gastronomia. Ensaio prático utilizando as técnicas clássicas e contemporâneas. Visita técnica nos espaços gastronômicos.

► **Instrumentos de Avaliação Propostos**





Avaliação escrita. Avaliação prática. Seminário de pesquisa: divisão de praças na cozinha contemporânea.

► **Bibliografia Básica**

- BOTTINI, R. L. (trad.) **Chef profissional**: Instituto Americano de Culinária. 4. ed. São Paulo: Senac, 2011.]
- KÖVESI, B. et al. **400g**: técnicas de cozinha. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2008. (Reimpressão).]
- RODRIGUES, E. C. O. (trad.) **Le Cordon Bleu**: técnicas culinárias essenciais. São Paulo: Nobel, 2010.]

► **Bibliografia Complementar**

- CLEAVER, Antony. Et al (trad.). **Garde Manger**: arte e o ofício da cozinha fria. Instituto Americano de Culinária. 4ª ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2014.
- LINGUANOTTO NETO, N. et al. **Misturando sabores**: receitas e harmonização de ervas e especiarias. São Paulo: Senac, 2016.
- PAUL, Clara. TREUILLÉ, Eric. Trad. Edite Siegert. **200 Técnicas culinárias essenciais**. Barueri: Brasil Franchising, 2014.
- VIANNA, F. S. V. et al. **Manual prático de cozinha**. Série Senac Gastronomia. São Paulo: Senac, 2018.

6.2.5 – COM-052 – Comunicação e Expressão II – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Comunicar-se, tanto na língua materna como em língua estrangeira;
- Desenvolver a visão sistêmica, identificando soluções, respeitando aspectos culturais, éticos, ambientais e sociais no âmbito local, regional e internacional.

► **Objetivos de Aprendizagem**

Compreender a verdadeira função da comunicação e da informação no contexto atual e aplicada na área de formação do curso. Desenvolver a capacidade de falar em público e organizar ideias de modo claro, preciso e criativo. Conhecer características específicas e gerais dos gêneros e tipologias textuais voltados para textos da área de formação. Entender os processos de comunicação intertextual com criticidade na sociedade moderna. Conhecer e aplicar as regras básicas da ABNT na produção de paráfrases e citações.

► **Ementa**

Informação e Comunicação: conceitos e aplicações no contexto comunicativo da área de atuação do curso. Técnicas de apresentação Oral. Tipologias e gêneros textuais: definições, contextos, finalidades, textualização, intertextualização (paródia, paráfrase e citação segundo as Normas da ABNT). Reconhecer diferentes contextos de uso da língua e ser capaz de utilizar diversos gêneros textuais, inclusive em meios digitais, com foco na atuação profissional.

► **Metodologias Propostas**

Aula expositiva-dialogada, metodologias ativas (Aprendizagem Baseada em Problemas, Sala de Aula Invertida, Gamificação, *Hands On* ou Mão na Massa, Aprendizagem baseada em projetos), exercícios aplicativos, mapas conceituais, portfólio, estudo de texto, dramatização, tempestade cerebral, soluções de





problemas, pesquisa de campo, estudo de caso, seminário, fórum, oficinas, estudos com pesquisa, estudos dirigidos, visitas orientadas, palestras, seminários

► **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Prova dissertativa, trabalho em grupo, debate e participação nas aulas, autoavaliação, seminário, trabalhos e relatórios individuais.

► **Bibliografia Básica**

- ANDRADE, M. M.; HENRIQUES, A. **Língua portuguesa: noções básicas para cursos superiores**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- MARCUSCHI, L. A. **Produção textual, análise de gêneros e compreensão**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.
- ROJO, R.; BARBOSA, J. P. **Hipermodernidade, multiletramentos e gêneros discursivos**. São Paulo: Parábola Editorial, 2015.

► **Bibliografia Complementar**

- BLIKSTEIN, I. **Como falar em público e convencer: técnicas e habilidades**. São Paulo: Contexto, 2016.
- FARACO, C. A.; TEZZA, C. **Prática de texto: para estudantes universitários**. 24. ed. Petrópolis: Vozes, 2016.
- DINTEL, Felipe. **Como escrever textos técnicos e profissionais**. São Paulo: Gutenberg, 2011.
- KOCH, Ingedore Grunfeld Villaça. **O texto e a construção dos sentidos**. São Paulo: Contexto, 2007.
- KÖCHE, Vanilda Salton; BOFF, Odete M. B.; MARINELLO, Adiane F. **Leitura e Produção Textual: gêneros textuais do argumentar e expor**. Petrópolis: Vozes, 2010.

6.2.6 – PGG-008 – Projeto Integrador II – Festival Gastronômico – Oferta On-line – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Desenvolver um festival gastronômico.
- Organizar todas as etapas do planejamento: pré, trans e pós-evento.
- Organizar e planejar um evento gastronômico.

► **Objetivos de Aprendizagem**

Organizar e planejar um Festival Gastronômico. Identificar e desenvolver as diferentes etapas que envolvem um Projeto de um evento (pré, trans e pós-evento). Desenvolver projeto integrado com os demais componentes curriculares do semestre que envolvam ações de responsabilidade social, cidadania, cultura, ciência, tecnologia e inovação promovendo a cooperação e troca de saberes com diversos segmentos da sociedade.

► **Ementa**

Planejamento, desenvolvimento da pesquisa: Estrutura, conteúdo e formatação. Fases do planejamento e organização de um evento (Pré, Trans e Pós-evento). Elaboração e Execução de um Projeto de um Festival Gastronômico a partir das relações entre as disciplinas: Planejamento e Organização de Eventos, Técnicas





Básicas de Gastronomia e Serviços de sala e bar: Objetivos, Justificativa, Comissão Organizadora, Programação, Cardápio e Serviços de alimentos e bebidas, Divulgação, Captação de Recursos.

▸ **Metodologias Propostas**

Aulas expositivas e dialogadas auxiliadas por recursos Audiovisuais. Leituras e estudos dirigidos. Sala de Aula Invertida. Aprendizagem Baseada em Projetos/Problemas. Participação em projetos junto aos diversos segmentos da sociedade que envolvam ações de responsabilidade social, cidadania e cultura, ciência, tecnologia e inovação.

▸ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Trabalhos em grupo. Análise Resolução de Problemas acompanhado de rubrica de avaliação)

▸ **Bibliografia Básica**

- MARTIN, V. **Manual prático de eventos: gestão estratégica, patrocínio e sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015]
- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS PEQUENAS E MICROEMPRESAS. **Guia prático de eventos gastronômicos**. Brasília: Sebrae Nacional, 2016]
- SEVERINO, J. **Metodologia do trabalho científico**. 24. ed. São Paulo: Cortez, 2016)]

▸ **Bibliografia Complementar**

- CZAİKOWSKI, A.; CZAİKOWSKI JUNIOR, S. **Eventos: uma estratégia baseada em experiências**. Curitiba: Intersaberes, 2017.
- MENDONÇA, M. J. A.; PEROZIN, J.; GUTIERRES, P. A. **Planejamento e organização de eventos**. São Paulo: Érica, 2018.
- ZITTA, Carmem. **Organização de Eventos: da ideia à realidade**. 6ed. Brasília: SENAC, 2011.

6.2.7 – ING-212 – Inglês II – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

Desenvolver comunicação interpessoal, compreensão e interpretação em situações que envolvam expressão de ideias, negociação, análise e elaboração de documentos na língua-alvo, na área de atuação profissional.

▸ **Objetivos de Aprendizagem**

Identificar ideia principal e produzir notas, avisos ou mensagens simples. Descrever rotina, objetos, pessoas e locais familiares; fornecer e pedir informação pessoal e de dados numéricos; relatar problemas e fazer solicitações, tanto em meio físico quanto virtual. Seguir instruções e identificar o assunto tratado em textos simples e/ou figuras. Manter conversação básica, emitir e solicitar opinião, demonstrar interesse e compreensão; usar expressões temporais, estruturas gramaticais simples e conectivos básicos.

▸ **Ementa**

Prática das funções comunicativas da língua inglesa, por meio da compreensão e produção oral e escrita, com uso de estruturas léxico-gramaticais simples, abordando aspectos socioculturais, nos contextos pessoal, acadêmico, e na área de formação profissional.

▸ **Metodologias Propostas**

Aulas expositivas dialogadas, apresentações orais, dramatização (role-play), gamificação e atividades em pares/grupos.





▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Avaliação Formativa - exercícios para prática e produção oral e escrita ao longo do curso (com feedback e plano de ações); Avaliação Somativa - provas ou trabalhos, individuais ou em grupo, que avaliem tanto a escrita e leitura, quanto a oralidade e compreensão auditiva.

▶ **Bibliografia Básica**

- HUGES, J. et al. **Business result**: elementary. Student's book with online practice. 2nd edition. New York: Oxford University Press, 2017.
- O'KEEFFE, M. et al. **Business partner**: A1. Coursebook with digital resources. São Paulo: Pearson Universidades, 2020.
- OXENDEN, C.; LATHAM-KOENIG, C. **American english**: file 1. Student's book Pk with online practice. 3 rd edition. New York: Oxford University Press, 2019.

▶ **Bibliografia Complementar**

- CARTER, R.; NUNAN, D. **Teaching english to speakers of other languages**. Cambridge: Cambridge University Press, 2015.
- POWELL, M. et al. **In Company 3.0**: elementary. 3rd edition. São Paulo: Macmillan do Brasil, 2015.

6.2.8 – ESP-072 – Espanhol II – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Desenvolver comunicação interpessoal, compreensão e interpretação em situações que envolvam expressão de ideias, negociação, análise e elaboração de documentos na língua-alvo, na área de atuação profissional.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Ampliar as destrezas comunicativas básicas de forma independente: identificar ideia principal e produzir notas, avisos ou mensagens simples. Comentar sobre temas do âmbito acadêmico e profissional, descrever rotina, objetos, pessoas e locais familiares. Adquirir e utilizar os recursos linguísticos orais e escritos; desenvolver, em nível básico, as técnicas comunicativas e discursivas comuns ao mundo dos negócios em língua espanhola. Relatar problemas e fazer solicitações, tanto em meio físico quanto virtual. Distinguir e analisar, a partir de textos e documentos audiovisuais reais, as diferentes situações que requerem o uso de técnicas comunicativas específicas. Manter conversação básica, emitir e solicitar opinião, demonstrar interesse e compreensão. Compreender a diversidade cultural dos países hispano-falantes e seu contraste com nossa cultura.

▶ **Ementa**

Prática das funções comunicativas da língua espanhola para fins específicos, com ênfase na compreensão e produção de gêneros discursivos orais, escritos e multimodais, em consonância com as situações profissionais específicas. Abordagem dos aspectos socioculturais do mundo hispânico, de forma interdisciplinar, levando em consideração as variedades da língua, bem como o panorama do idioma no mundo e as suas dimensões histórica, geográfica e sociológica.

▶ **Metodologias Propostas**

Aulas expositivas dialogadas, apresentações orais, dramatização (role-play), gamificação e atividades em pares/grupos.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**



Avaliação Formativa - exercícios para prática e produção oral e escrita ao longo do curso (com feedback e plano de ações); Avaliação Somativa - provas ou trabalhos, individuais ou em grupo, que avaliem tanto a escrita e leitura, quanto a oralidade e compreensão auditiva..)

► Bibliografia Básica

- CASTRO, F. **Uso de la gramática española**: nivel elemental. Nueva edición. Madrid: Edelsa, 2020.
- FERNÁNDEZ, A. N.; PROST, G. N. **Al dí@**: curso inicial de español para los negocios. Madrid: SGEL, 2015.
- PRADA, M; MARCÉ, P. **Entorno laboral**: nivel A1/B1. Español lengua extranjera. Edición ampliada. Madrid: Edelsa, 2017.

► Bibliografia Complementar

- LAGO, A. F.; LÓPEZ, C. I. R.; HERNÁNDEZ, A. M. C. **Español para el comercio mundial del siglo XXI**: términos y expresiones esenciales em el mundo de los negocios. Madrid: Editorial Edinumen, 2015.
- PALOMINO, M. A. **Correo comercial**: técnicas y usos. Madrid: Edelsa, 2015.

6.2.9 – ADM-053 – Administração – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Gerenciar, distinguir e correlacionar os diferentes valores culturais, históricos, solidários e de hospitalidade;
- Planejar, organizar e executar e gerenciar serviços de alimentação e bebidas em diversos tipos de empreendimentos gastronômicos como restaurantes (comerciais e industriais), bares, cafeterias, serviços de catering e afins;
- Organizar e desenvolver critérios de qualidade, sustentabilidade e segurança alimentar em matérias-primas, fornecedores e produtos;
- Planejar, avaliar e controlar as atividades de produção, conservação de alimentos, custos e orçamentos.

► Objetivos de Aprendizagem

Conceitos, princípios e funções da administração aplicados à gestão de empresas. Planejamento, organização, direção e controle organizacional. Gestão da eficácia e eficiência organizacional e da gestão por resultados.

► Ementa

Identificar as opções mais adequadas com relação ao planejamento estratégico dos empreendimentos gastronômicos. Compreender as variáveis que afetam as decisões que envolvem o planejamento, a organização a direção e o controle dos processos empresariais e seus efeitos sobre os diferentes públicos que envolvem o mercado gastronômico; proprietários, gestores, colaboradores e clientes. Implementar planos de ação para desenvolver as operações, a estrutura organizacional, o desenho departamental e o estilo de direção dos empreendimentos gastronômicos. Analisar o resultado apontado pelos indicadores de controle organizacionais.

► Metodologias Propostas



Leitura de textos previamente selecionados e o debate organizado sobre os temas. Sala de aula invertida com levantamento de assuntos relevantes que deverão ser discutidos pelos discentes. Aulas expositivas para a apresentação de conceitos básicos.

▸ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Estudos de caso e atividades em grupo. Avaliações escritas sobre os temas estudados em sala de aula.

▸ **Bibliografia Básica**

- CERTO, Samuel C. et al. **Administração estratégica**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2010.
- CHIAVENATO, I. **Introdução à teoria geral da administração**. São Paulo: Atlas, 2020.
- DIAS, Reinaldo e PIMENTA, Alzira (orgs.). **Gestão de hotelaria e turismo**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

▸ **Bibliografia Complementar**

- PEREIRA, Marcos. **Administração básica para não administradores**. São Paulo: Todas as Musas, 2016.
- CARLZON, Jan. **A hora da verdade**. Rio de Janeiro: Sextante, 2005.
- DORNELAS, Jose Carlos Assis. **Empreendedorismo** - transformando ideias em negócios. São Paulo: Empreende, 2018.
- FERREIRA, Manuel, SANTOS, João e SERRA, Fernando. **Ser empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2010.
- ZACCARELLI, Sérgio B. **Estratégia e sucesso nas empresas**. São Paulo: Saraiva, 2000.



6.3 Terceiro Semestre

Sem.	Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais					
					Presenciais		On-line		Total	Atividade Curricular de Extensão
					Sala	Lab.	Sala	Lab.		
3º	1	PMA-020	Marketing de Serviços	Presencial	40	-	-	-	40	-
	2	ITI-116	Tecnologia da Informação aplicada a empreendimentos gastronômicos	Presencial	40	40	-	-	80	-
	3	GEG-007	Técnicas Gastronômicas Avançadas	Presencial	-	80	-	-	80	-
	4	GEG-008	Planejamento e Gestão de Cardápio Gastronômico	Presencial	80	-	-	-	80	-
	5	EST-050	Estatística	Presencial	40	-	-	-	40	-
	6	PGG-003	Projeto Integrador III – Engenharia de cardápios	On-line	-	-	40	40	80	80
	7	ING-213	Inglês III	Presencial	30	10	-	-	40	-
	8	ESP-073	Espanhol III	Presencial	25	15	-	-	40	-
Total de aulas do semestre					255	145	40	40	480	80

6.3.1 – PMA-020 – Marketing de Serviços – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Conhecer e aplicar técnicas e conceitos de marketing contemporâneo;
- ▶ Aplicar e interpretar pesquisas de sondagem e opinião;
- ▶ Elaborar e Implantar Planos de Marketing de Serviços;
- ▶ Avaliar resultados de ações de marketing (ROI);
- ▶ Selecionar e implementar Sistemas de Informação de Marketing (SIM).

Objetivos de Aprendizagem

Conhecer os principais conceitos de marketing e compreender o marketing como elemento estratégico e integrado aos serviços de alimentação.

Ementa

Conceitos e estratégias de marketing; Abordagens clássicas e contemporâneas; Pesquisa mercadológica; Análise de ambiente e de mercado; Sistema de Informação de Marketing (SIM); Comunicação Integrada de Marketing; Características e tendências do setor de serviços e suas implicações mercadológicas. Elaboração do plano de marketing.

Metodologias Propostas

Aulas expositivas e dialogadas auxiliadas por recursos áudio visuais. Visitas técnicas nos espaços gastronômicos. Leituras e estudos dirigidos.

Instrumentos de Avaliação Propostos

Avaliação Escrita. Pesquisa de Mercado. Plano de Marketing.

Bibliografia Básica

- KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2019.





- LAS CASAS, A. L. **Marketing de serviços**: como criar valores e experiências positivas aos clientes. São Paulo: Atlas, 2019.
- MALHOTRA, N. et al. **Introdução à pesquisa de marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

► **Bibliografia Complementar**

- ALVES, A. M.; NISHIO, E. K. **Gestão de negócios da alimentação**: casos e soluções. São Paulo: Senac, 2019.
 - ZENONE, L. C. **CRM**: marketing de relacionamento, fidelização de clientes e pós-venda. São Paulo: Atual, 2019.

6.3.2 – ITI-116 – Tecnologia da Informação aplicada a empreendimentos gastronômicos – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Compreender as áreas e os processos envolvidos no negócio de espaços gastronômicos;
- Analisar as melhores soluções em tecnologia de informação e comunicação existentes no mercado aplicadas ao negócio;
- Analisar soluções em tecnologia de informação e comunicação que poderão ser desenvolvidas internamente e que melhor se adaptem ao negócio;
- Propor e implementar soluções tecnológicas visando a gestão eficaz do negócio.

► **Objetivos de Aprendizagem**

Identificar os sistemas de informação existentes e os impactos positivos e negativos do uso de tecnologia na área de Gestão de Espaços Gastronômicos. Discernir os negócios eletrônicos para auxiliar na tomada de decisão sob a implantação de novos modelos de negócios. Relacionar os dados abertos para propor soluções na área de Gestão de Espaços Gastronômicos. Propor soluções de tecnologia da informação e comunicação para as áreas de operação e de gestão.

► **Ementa**

Conhecimentos necessários para o desenvolvimento de atividades exigidas pela gestão em negócios de espaços gastronômicos, com enfoque na identificação e aplicação efetiva das tecnologias da informação e da comunicação. Sistemas de apoio aos ambientes organizacionais quanto à sua gestão e organização. Principais ferramentas de hardware e software indispensáveis no dia a dia do negócio através de construção de websites, desenvolvimento de planilhas, sistemas de controle de compras, produção, vendas e pós-venda.

► **Metodologias Propostas**

Aulas expositivas e dialogadas. Aulas em laboratório com utilização de diferentes plataformas.

► **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Desenvolvimento de atividades práticas em laboratório de informática.

► **Bibliografia Básica**

- PINOCHET, L. H. C. **Tecnologia da informação e comunicação**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.
- RAMOS, A. S. M. **Sistemas e tecnologia da informação no turismo**: um enfoque gerencial. São Paulo: Prismas, 2017.



- TURBAN, E.; VOLONINO, L. **Tecnologia da informação para gestão**: em busca do melhor desempenho estratégico e operacional. 8. ed. Porto Alegre: Bookman, 2013.

► **Bibliografia Complementar**

- CAIÇARA Junior, Cicero. **Sistemas Integrados de Gestão ERP**: Uma Abordagem Gerencial. IBPEX, 2008.
- LAUDON, Kenneth C.; LAUDON, Jane P. **Sistemas de Informação Gerenciais**: Administrando a empresa digital. 5ª Edição. Prentice Hall, São Paulo, 2004.
- MAZZA, Marcos Fabio. **CRM Sucessos e Insucessos**. Brasport, 2009.
- SANTAELLA, L. **Cidades inteligentes**: por que, para quem? Barueri: Estação das Letras e Cores, 2016.
- STAIR, R. M.; REYNOLDS, G. W. **Princípios de sistemas de informação**. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

6.3.3 – GEG-007 – Técnicas Gastronômicas Avançadas – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Identificar novos produtos, equipamentos e utensílios para produções na cozinha contemporânea.
- Reconhecer montagens e decorações de pratos, utilizando técnicas contemporâneas
- Identificar as influências, cultura, insumos e hábitos alimentares da gastronomia.
- Produzir preparações gastronômicas nacionais e internacionais.
- Avaliar técnicas e procedimentos do garde manger (cozinha fria).
- Aplicar as técnicas de panificação e confeitaria.

► **Objetivos de Aprendizagem**

Identificar as influências, cultura, insumos e hábitos alimentares da gastronomia do Brasil e do mundo. Preparar produções que compõem pratos típicos da gastronomia do Brasil e do mundo. Identificar os elementos que caracterizam as técnicas da cozinha fria. Produzir preparações contemporâneas. Aplicar e adequar as técnicas de cozinha contemporânea em preparações gastronômicas e tendências de mercado. Utilizar os ingredientes em diferentes produções de pães e produtos da confeitaria. Empregar técnicas de fermentação. Empregar técnicas de balanceamento, porcentagem e rendimento de massas. Produzir pães com diferentes características. Aplicar as técnicas de modelagem nos diferentes tipos de pães e doces para produções da confeitaria e panificação.

► **Ementa**

Bases da gastronomia internacional clássica e brasileira. Influência da colonização na alimentação: tradições, cultura e hábitos alimentares. Técnicas de elaboração, montagem e decoração das diversas preparações. Cozinha contemporânea: uso de técnicas, utensílios e equipamentos. Adaptação de técnicas clássicas para a cozinha contemporânea. Conceitos e tendências de mercado aplicados na alimentação contemporânea. Fundamentos técnicos da panificação e confeitaria: funções de cada ingrediente na produção dos pães e doces. Tipos de fermentações e suas aplicabilidades. Processos e técnicas de fabricação de pães e sobremesas clássicas e contemporâneas.

► **Metodologias Propostas**





Aulas práticas em laboratório de gastronomia. Ensaios práticos utilizando as técnicas clássicas e contemporâneas. Visitas técnicas nos espaços gastronômicos.

► **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Avaliação escrita. Avaliação prática. Seminário de pesquisa: evolução da alimentação.

► **Bibliografia Básica**

- COSTA, D. R. et al. **Manual prático de confeitaria**. São Paulo: Senac, 2018.
- FREIXA, D. CHAVES, G. **Gastronomia no Brasil e no mundo**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2009.
- INSTITUTO AMERICANO DE CULINÁRIA. **Garde manger: a arte e o ofício da cozinha fria**. São Paulo: Senac, 2014.

► **Bibliografia Complementar**

- BARRETO, Ronaldo Lopes Pontes. **Passaporte para o sabor**. 6ª ed. São Paulo: Senac, 2005.
- CAMARGO, L. A. Pão nosso. **Receitas caseiras com fermento natural**. São Paulo: Senac, 2016.
- GISSLEN, W. **Panificação e Confeitaria Profissionais**. Trad. Elisa Duarte Teixeira. Barueri: Manole, 2011.
- SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL. **Sou cozinheiro: técnicas, tendências e informações para o aperfeiçoamento profissional**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2014.
- VIANNA, F. S. V. et al. **Manual prático de panificação** Senac. São Paulo: Senac, 2018.

6.3.4 – GEG-008 – Planejamento e Gestão de Cardápio Gastronômico – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Conceituar as novas tendências no mercado na elaboração de cardápio.
- Analisar e interpretar aspectos a serem considerados na engenharia de cardápio.
- Elaborar cardápio para empreendimentos gastronômicos e eventos.
- Conceituar objetivos técnicos, operacionais e comerciais do planejamento de cardápio.
- Analisar critérios para elaboração de cardápios gastronômicos.

► **Objetivos de Aprendizagem**

Elaborar cardápio com técnicas e criatividade. Analisar o menu engineering. Nortear as práticas de produção e o gerenciamento e administração dos restaurantes. Estruturar planejamento de cardápio para definir recursos humanos, controle de custos, planejamento de compras, padrões de produção gastronômica. Conhecer critérios de regionalidade, sazonalidade e sustentabilidade em cardápios gastronômicos.

► **Ementa**

Elaboração de cardápios. Padrões de cardápios e tipos de clientela. Processo de compra e abastecimento. Elaboração de menus. Avaliação técnica do cardápio. BCG - curvas de experiência, aprendizado e crescimento. Conceitos de gestão de custos. Formação de preço de venda. Classificação de acordo com a matriz BCG em food service. Impacto da engenharia de cardápios na lucratividade. Estudo do cardápio como ferramenta de comunicação. Apresentação dos alimentos e bebidas nos cardápios. Fichas



técnicas: operacional e gerencial. Planejamento de cardápio: sensorial, estratégias de giro, padrão e composição.

▸ **Metodologias Propostas**

Aulas expositivas auxiliada por recursos áudio visuais. Aulas práticas em Laboratório. Visitas Técnicas a empreendimentos Gastronômicos.

▸ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Elaboração de um cardápio digital, Análise do Menu Engineering. Seminários de pesquisa: tipos de cardápio e modalidades de serviço.

▸ **Bibliografia Básica**

- CHEMIN, S.; MARTINEZ, S. **Cardápio**: guia prático para a elaboração. 4. ed. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2019.
- NISHIO, E. K.; ALVES, A. M. **Gestão de negócios de alimentação**: casos e soluções. São Paulo: Senac, 2019.
- PELOSSO, I. PELOSSO, A. **Food service one**: planejamento, projeto e gestão em negócios de alimentação.

▸ **Bibliografia Complementar**

- BRAGA, R. M. M. **Gestão da gastronomia**: custos, formação de preços, gerenciamento e planejamento do lucro. São Paulo: Senac, 2017.
- BARRETO, Ronaldo Lopes Pontes. **Passaporte para o sabor**: Tecnologias para a elaboração de cardápios. São Paulo: Senac, 2000.
- DAVIES, Carlos Alberto. **Alimentos e Bebidas**. 2 ed. Caxias do Sul: Educs, 2001.
- FONSECA, M. T. **Tecnologias gerenciais de restaurante**. São Paulo: Senac, 2017.
- TEICHMANN, Ione Mendes. **Cardápio: técnicas e criatividade**. 5 ed.rev. ampl. Caxias do Sul: Educs, 2000.
- VASCONELLOS, Frederico. **Menu: como montar um cardápio eficiente**. São Paulo: Rocca, 2002.

6.3.5 – EST-050 – Estatística – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Avaliar dados na construção de tabelas discretas ou contínuas.
- interpretar tabela de frequência.
- Identificar indicadores utilizados no setor gastronômico.

▸ **Objetivos de Aprendizagem**

Identificar os tipos de apresentação de dados. Aplicar dados na construção de tabelas discretas ou contínuas, construir tabela de frequência. Ler e interpretar uma tabela de frequência. Utilizar um conjunto de dados para mensurar as medidas de tendência central, as medidas de dispersão e as separatrizes. Identificar e aplicar o conceito em dados em artigos e em documentação técnico-administrativos relacionados à área de Gastronomia. Aplicar essas medidas em dados aplicados à área de atuação. Selecionar e utilizar conjuntos de informação para desenvolver o conceito de espaço amostral e amostra, com o intuito de determinar a probabilidade de certo evento. Aplicar conhecimentos e regras da probabilidade com o intuito de desenvolver



cálculos probabilísticos para o setor gastronômico, e desenvolver a base para o trabalho de funções de probabilidade. Aplicar a conjuntos de dados o conceito de correlação com o intuito de determinar a regressão linear envolvida em dados que a proporcionam. Interpolar dados quando obtemos a curva que melhor o representa.

Ementa

Conceitos estatísticos. Gráficos e tabelas. Distribuição de frequência. Medidas de posição. Medidas de dispersão. Probabilidade. Indicadores utilizados no setor gastronômico.

▸ Metodologias Propostas

Aula expositiva-dialogada, metodologias ativas (Aprendizagem Baseada em Problemas, Sala de Aula Invertida, Gamificação, Hands On ou Mão na Massa, Aprendizagem baseada em projetos), exercícios aplicativos, mapas conceituais, portfólio, estudo de texto, dramatização, tempestade cerebral, soluções de problemas, pesquisa de campo, estudo de caso, seminário, fórum, oficinas, estudos com pesquisa, estudos dirigidos, visitas orientadas, palestras, seminários.

▸ Instrumentos de Avaliação Propostos

Prova dissertativa, trabalho em grupo, debate e participação nas aulas, autoavaliação, seminário, trabalhos e relatórios individuais.

▸ Bibliografia Básica

- BARBOSA, D. R. R. **Estatística aplicada ao turismo e hotelaria**. São Paulo: Cengage Learning, 2018.
- LEVINE, D. M. et al. **Estatística: teoria e aplicações usando o Microsoft Excel**. 7. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2016.
- MARTINS, G. A. **Estatística geral e aplicada**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

▸ Bibliografia Complementar

- BRUNI, A. L. **Estatística aplicada à gestão empresarial**. São Paulo: Atlas, 2008.
- LEVINE, D. M. et al. **Estatística: teoria e aplicações usando o Microsoft Excel**. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

6.3.6 – PGG-003 – Projeto Integrador III – Engenharia de cardápios – Oferta On-line – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Desenvolver um cardápio de acordo para diferentes empreendimentos gastronômicos.
- Elaborar uma proposta de cardápio.

▸ Objetivos de Aprendizagem

Organizar e propor cardápios para diferentes espaços gastronômicos. Participação em projetos junto aos diversos segmentos da sociedade que envolvam ações de responsabilidade social, cidadania e cultura, ciência, tecnologia e inovação. Desenvolver projeto integrado com os demais componentes curriculares do semestre que envolvam ações de responsabilidade social, cidadania, cultura, ciência, tecnologia e inovação promovendo a cooperação e troca de saberes com diversos segmentos da sociedade.

▸ Ementa





Planejamento, desenvolvimento da pesquisa: Estrutura, conteúdo e formatação. Planejamento de cardápio: tipo de estabelecimento, custo, categorização de itens, design de cardápios e uso de tecnologias.

▸ **Metodologias Propostas**

Aulas expositivas e dialogadas auxiliadas por recursos Audiovisuais. Leituras e estudos dirigidos. Sala de Aula Invertida. Aprendizagem Baseada em Projetos/Problemas. Participação em projetos junto aos diversos segmentos da sociedade que envolvam ações de responsabilidade social, cidadania e cultura, ciência, tecnologia e inovação.

▸ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Trabalhos em grupo. Análise Resolução de Problemas acompanhado de rubrica de avaliação.

▸ **Bibliografia Básica**

- MENDONÇA, R. **Cardápio: técnicas e planejamento**. Rio de Janeiro: Rubio, 2014. |
- SEVERINO, J. **Metodologia do trabalho científico**. 24. ed. São Paulo: Cortez, 2016. |
- SILVA, S. **Cardápio: guia prático para elaboração**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2019. |

▸ **Bibliografia Complementar**

- ALVES, A. Planejamento e gestão de cardápios. São Paulo: Senac, 2020.
- REGGIOLLI, M. Planejamento estratégico de cardápios para gestão de negócios em alimentação. São Paulo: Atheneu, 2010.
- TEICHMANN, I.T.M. Cardápios: técnicas e criatividade. 7ed. Caxias do Sul: EDUCS, 2009.

6.3.7 – ING-213 – Inglês III – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Desenvolver comunicação interpessoal, compreensão e interpretação em situações que envolvam expressão de ideias, negociação, análise e elaboração de documentos na língua-alvo, na área de atuação profissional.

▸ **Objetivos de Aprendizagem**

Compreender e produzir textos simples, tais como comunicados, descrições, instruções e publicações, em meios físicos e/ou virtuais. Identificar e resumir os pontos principais de textos simples, orais ou escritos; interpretar dados numéricos. Descrever eventos passados. Participar de entrevista simples, destacando habilidades, qualidades e responsabilidades. Manter conversação sobre seus gostos e hobbies, demonstrar compreensão e pedir opinião.

▸ **Ementa**

Desenvolvimento das funções comunicativas da língua inglesa, por meio da compreensão e produção oral e escrita, com uso de estruturas léxico-gramaticais apropriadas, abordando aspectos socioculturais, nos contextos pessoal, acadêmico, e na área de formação profissional.

▸ **Metodologias Propostas**

Aulas expositivas dialogadas, apresentações orais, dramatização (role-play), gamificação e atividades em pares/grupos.

▸ **Instrumentos de Avaliação Propostos**





Avaliação Formativa - exercícios para prática e produção oral e escrita ao longo do curso (com feedback e plano de ações); Avaliação Somativa - provas ou trabalhos, individuais ou em grupo, que avaliem tanto a escrita e leitura, quanto a oralidade e compreensão auditiva.

► **Bibliografia Básica**

- HUGES, J. et al. **Business result:** elementary. Student's book with online practice. 2nd edition. New York: Oxford University Press, 2017.
- O'KEEFFE, M. et al. **Business partner:** A2. Coursebook with digital resources. São Paulo: Pearson Universidades, 2020.
- OXENDEN, C.; LATHAM-KOENIG, C. **American english:** file 1. Student's book Pk with online practice. 3rd edition. New York: Oxford University Press, 2019.

► **Bibliografia Complementar**

- CARTER, R.; NUNAN, D. **Teaching english to speakers of other languages.** Cambridge: Cambridge University Press, 2015.
- POWELL, M. et al. **In Company 3.0:** elementary. 3rd edition. São Paulo: Macmillan do Brasil, 2015.

6.3.8 – ESP-073 – Espanhol III – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Desenvolver comunicação interpessoal, compreensão e interpretação em situações que envolvam expressão de ideias, negociação, análise e elaboração de documentos na língua-alvo, na área de atuação profissional.

► **Objetivos de Aprendizagem**

Compreender e produzir textos como comunicados, descrições, instruções e publicações, em meios físicos e/ou virtuais. Identificar e resumir os pontos principais de textos simples, orais ou escritos, transitando no contexto das negociações internacionais de forma mais autônoma. Adquirir e utilizar os recursos linguísticos orais e escritos (textuais, sintáticos, léxicos, morfológicos e fonéticos) utilizados nos âmbitos acadêmico e profissional. Distinguir e analisar, a partir de textos e documentos audiovisuais reais, as diferentes situações que requerem o uso de técnicas comunicativas específicas. Participar de entrevista simples, destacando habilidades, qualidades e responsabilidades. Compreender a diversidade cultural dos países hispano-falantes e seu contraste com nossa cultura.

► **Ementa**

Desenvolvimento das funções comunicativas da língua espanhola com ênfase nas estratégias linguísticas de comunicação: compreensão e produção de gêneros discursivos orais, escritos e multimodais, em consonância com situações profissionais específicas. Uso de estruturas léxico-gramaticais apropriadas, abordando aspectos socioculturais do mundo hispânico, de forma interdisciplinar, nos contextos pessoal, acadêmico, e na área de formação profissional, considerando as variedades da língua, bem como o panorama da língua no mundo e as suas dimensões históricas, geográficas, sociológicas e de negócios.

► **Metodologias Propostas**

Aulas expositivas dialogadas, apresentações orais, dramatização (role-play), gamificação e atividades em pares/grupos.)

► **Instrumentos de Avaliação Propostos**



Avaliação Formativa - exercícios para prática e produção oral e escrita ao longo do curso (com feedback e plano de ações); Avaliação Somativa - provas ou trabalhos, individuais ou em grupo, que avaliem tanto a escrita e leitura, quanto a oralidade e compreensão auditiva.

▸ **Bibliografia Básica**

- CASTRO, F. **Uso de la gramática española**: nivel intermedio. Nueva edición. Madrid: Edelsa, 2020.
- FERNÁNDEZ, A. N.; PROST, G. N. **Al dí@**: curso intermedio de español para los negocios. Madrid: SGEL, 2014.
- PRADA, M; MARCÉ, P. **Entorno laboral**: A1/B1. Español lengua extranjera. Edición ampliada. Madrid: Edelsa, 2017.

▸ **Bibliografia Complementar**

- MARCÉ, P.; PRADA, M. **Comunicación eficaz para los negocios**. Madrid: Edelsa, 2019.
- PALOMINO, M. A. **Correo comercial**: técnicas y usos. Madrid: Edelsa, 2015.



6.4 Quarto Semestre

Sem.	Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais					
					Presenciais		On-line		Total	Atividade Curricular de Extensão
					Sala	Lab.	Sala	Lab.		
4º	1	GEG-015	Planejamento físico de espaços gastronômicos	Presencial	40	40	-	-	80	-
	2	ECN-026	Gestão financeira de empreendimentos gastronômicos	Presencial	20	20	-	-	40	-
	3	PMA-021	Marketing Digital	Presencial	20	20	-	-	40	-
	4	AGT-070	Cultura Gastronômica	Presencial	80	-	-	-	80	-
	5	GEG-010	Gestão em serviços de alimentação – (operacional)	Presencial	40	40	-	-	80	-
	6	PGG-004	Projeto Integrador IV – Pesquisa de mercado gastronômico	On-line	-	-	40	40	80	80
	7	ING-214	Inglês IV	Presencial	30	10	-	-	40	-
	8	ESP-074	Espanhol IV	Presencial	25	15	-	-	40	-
Total de aulas do semestre					255	145	40	40	480	80

6.4.1 – GEG-015 – Planejamento físico de espaços gastronômicos – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Planejar ambientes gastronômicos;
- ▶ Organizar espaços para instalações de equipamentos, mobiliários e utensílios.

Objetivos de Aprendizagem

Reconhecer a importância do planejamento físico e operacional de espaços gastronômicos na elaboração de layout com equipamentos e mobiliários para atender a funcionalidade dos ambientes. Identificar os equipamentos e suas funcionalidades nos espaços. Interpretar as legislações vigentes para o atendimento da segurança física e sanitária. Desenvolver técnicas de decoração criando uma atmosfera de bem-estar ao cliente.

Ementa

Estrutura funcional física e operacional de um restaurante. Instalações, equipamentos e utensílios de uma cozinha e salão do restaurante. Memorial descritivo para ambientes de armazenamento, preparação e atendimento ao público. Estudo de legislações e normativas relacionadas a proteção e segurança no trabalho, proteção e combate a incêndio, exigências sanitárias e de manutenção. Estudo de elementos decorativos na realização de eventos em espaços gastronômicos. Maquete de espaços gastronômicos.

Metodologias Propostas

Aulas expositivas e dialogadas auxiliadas por recursos Audiovisuais. Leituras e estudos dirigidos. Sala de Aula Invertida. Aprendizagem baseada em Projetos/Problemas. Visitas técnicas a espaços para análise de layout e seu funcionamento. Maquete de espaços gastronômicos. Técnicas de memorial descritivo.

Instrumentos de Avaliação Propostos

Trabalhos em grupo. Análise Resolução de Problemas acompanhado de rubrica de avaliação.

Bibliografia Básica

- FREUND, F. T. **Alimentos e bebidas: uma visão gerencial**. 2. ed. Rio de Janeiro: Senac, 2007.





- GURGEL, M. **Projetando espaços**: guia de arquitetura de Interiores para áreas comerciais. 6. ed. São Paulo: Senac, 2015.
- ZANELLA, L. C. **Instalação e administração de restaurantes**. São Paulo: Metha, 2016.

► **Bibliografia Complementar**

- FREUND, Francisco Tommy. Festas e Recepções. Rio de Janeiro: Senac, 2011.
- KNIGHT, J. B.; KOTSCHEVAR, L. H. Gestão, planejamento e operação de restaurantes. 3. ed. São Paulo: Roca, 2005.
- Manuais de Legislação Atlas. Segurança e Medicina do Trabalho. 87ª ed. São Paulo: Atlas, 2022. Código Sanitário do Estado de São Paulo. São Paulo: Edipro, 2006.
- NISHIO, E. K.; ALVES, A. M. Gestão de negócios de alimentação. São Paulo: Senac, 2019.

6.4.2 – ECN-026 – Gestão financeira de empreendimentos gastronômicos – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Gerir racionalmente os recursos financeiros do negócio;
- Decidir acerca do patrimônio adquiridos pelo negócio;
- Gerir o fluxo de caixa: entradas e saídas do negócio;
- Analisar os resultados financeiros do negócio;
- Planejar e projetar a estrutura financeira visando as ações estratégicas.

► **Objetivos de Aprendizagem**

Entender os conceitos de finanças e permitir a interpretação do desempenho financeiro do Negócio. Elaborar orçamentos.

► **Ementa**

Fundamentos da Gestão Financeira; Técnicas de planejamento financeiro; Análise do ponto de equilíbrio das operações e alavancagem; Administração de ativos permanentes e investimento de capital; Projeção do fluxo de caixa e do valor residual.

► **Metodologias Propostas**

Aulas expositivas e dialogadas. Resolução de exercícios de fixação. Resolução de problemas.

► **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Projetos desenvolvidos e apresentados.

► **Bibliografia Básica**

- ASSAF, A.; LIMA, G. G. Curso de administração financeira. São Paulo: Atlas, 2009.
- GITMAN, L J. Princípios da administração financeira. 12. ed. São Paulo: Pearson, 2009.



- MEGLIORINI, E; VALLIM, M A. Administração financeira: uma abordagem brasileira. São Paulo: Pearson, 2009.

▶ **Bibliografia Complementar**

- HOJI, M. Administração financeira e orçamentária. São Paulo: Atlas, 2009.
- JORDAN, B; ROSS, S A; WESTERFIELD, R. W. Administração Financeira. Porto Alegre: Mcgraw-Hill Brasil, 2008.
- JUND, SERGIO. AFO: administração financeira e orçamentária. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
- SAMANEZ, Carlos Patrício. Engenharia Econômica. São Paulo: Pearson, 2009.
- TOSTES, Fernando P. Gestão de risco de mercado: metodologia financeira e contábil. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

6.4.3 – PMA-021 – Marketing Digital – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Identificar plataformas de divulgação de produtos e serviços como ferramentas de marketing digital;
- ▶ Planejar campanhas de marketing e engajamento do consumidor em mídias sociais;
- ▶ Desenvolver conteúdo para mídias sociais com base nos conceitos da cultura de compartilhamento.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Identificar o padrão comportamental do consumidor em ambiente digital. Utilizar ferramentas para monitoramento e gestão de conteúdo em mídias sociais. Elaborar projetos de campanhas de venda em ciclos coletivos de produção.

▶ **Ementa**

Mercado de comunicação digital e seus agentes (consumidor, vendedor, distribuidor e meios de pagamento). Comunicação digital em sites e hotspots. Tipos de publicidade digital: Banners, Publicidade em blogs, E-mail Marketing, Vídeo Advertising e Remarketing. Ferramentas de buscas e os links patrocinados (SEM - Search Engine Marketing). Mídia Online e mídia display no mundo digital. Mobile Marketing e comunicação online na mobilidade. Database: Big data e • SIM (Sistema de Informação de Marketing).

▶ **Metodologias Propostas**

Aulas expositivas e dialogadas. Estudos de casos. Resolução de problemas.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Projetos desenvolvidos e apresentados.

▶ **Bibliografia Básica**

- ASSAD, N. Marketing de conteúdo: como fazer sua empresa decolar no meio digital 1. ed. São Paulo: Atlas, 2016.
- BUENO, W. C. **Estratégias de comunicação nas mídias sociais**. Barueri: Manole, 2015.





- TURCHI, S. R. **Estratégias de marketing digital e e-commerce**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

▶ **Bibliografia Complementar**

- AVELAR, Jorge; RABELLO, Leila; AURIANI, Marcia. **Design Digital e Novas Mídias**. São Paulo: Editora Reflexão, 2015.
- GABRIEL, Martha. **Marketing na era digital**: conceitos, plataformas e estratégias. São Paulo: Novatec, 2010.
- KOTLER, P., KARTAJAYA, H., SETIWAN, I. **Marketing 4.0**: do tradicional ao digital. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.
 - SARTORI, et al. **Marketing digital**. 1. ed. Porto Alegre: Fernanda Anflor, 2019.
 - STRAUSS, Judy; FROST, Raymond. **E-marketing**. Tradução de Regina Claudia Loverri; Revisão de Miguel Noronha Feyo. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

6.4.4 – AGT-070 – Cultura Gastronômica – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Interpretar e aplicar expressões e termos relacionados à gastronomia (técnicas, apresentações, pratos, experiências etc.) em diferentes culturas e idiomas;
- ▶ Compreender tendências internacionais e de culturas locais ligadas à gastronomia;
- ▶ Analisar produtos e serviços gastronômicos sob o viés da cultura gastronômica;
- ▶ Contextualizar diferentes realidades e trajetória da cultura gastronômica;
- ▶ Aplicar normas e técnicas de etiqueta e termos técnicos da gastronomia.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Analisar os aspectos históricos, sociais e culturais da Gastronomia. Utilizar normas e técnicas de etiqueta nas relações interpessoais, termos técnicos considerando diferentes contextos e culturas.

▶ **Ementa**

Análise e relações da alimentação com a sociedade e suas principais características. Identificar os principais movimentos da história da alimentação e práticas alimentares da pré-história até a contemporaneidade. Diferentes influências culturais. Instituições sociais nos processos alimentares. Usos e costumes alimentares. Termos técnicos. A evolução dos restaurantes. Etiqueta à mesa e principais serviços.

▶ **Metodologias Propostas**

Aulas expositivas e dialogadas. Resolução de problemas.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Projetos desenvolvidos e apresentados.

▶ **Bibliografia Básica**

- CASCUDO, L. C. **História da alimentação no Brasil**. 4. ed. São Paulo: Global Gaia, 2011.
- FREIXA, D. **Gastronomia no Brasil e no mundo**. 3. ed. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2017.





- MATARAZZO, C. Etiqueta sem frescura. 2. ed. São Paulo: Melhoramentos, 2005.

► **Bibliografia Complementar**

- AMARAL, R. **Histórias da gastronomia brasileira**: dos banquetes de Cururupeba ao Alex Atala. Rio de Janeiro: Rara Cultural, 2016.
- FRANCO, Ariovaldo. **De caçador a gourmet**: uma história da gastronomia. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2001.
 - SOARES, E. P.; FALCÃO, M. F. C. **A mesa, arranjo e etiqueta**: anfitriões e convidados, casa e restaurantes. 7. ed. São Paulo: Escrituras, 2006.

6.4.5 – GEG-010 – Gestão em serviços de alimentação – (operacional) – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Planejar cardápios;
- Precificar produtos e serviços;
- Planejar e controlar estoques de insumos, matérias-primas, enxoval, uniformes, equipamentos, etc.;
- Análise de fluxo de caixa para novos investimentos;
- Gerenciar e controlar produtos finais (estoque, sobras, reaproveitamento);
- Negociação com fornecedores;
- Gerenciar a infraestrutura de cozinha e atendimento;
- Competências sociais: responsabilidade social e ambiental, gestão de inovação, orientação de atendimento e respeito ao cliente, visão estratégica e global.

► **Objetivos de Aprendizagem**

Planejar e organizar serviços de alimentação. Planejar, controlar e gerir cardápios, estoques, contratos e compras

► **Ementa**

Planejamento operacional e de custos de operações. Precificação de produtos e serviços. Noções básicas de organização de estoques (curva ABC), Planejamento e Controle de Produção de Alimentos. Gestão de fornecedores. Técnicas de Negociação para compras e contratos com fornecedores. Planejamento e Organização de Compras (departamento e rotinas). Elaboração e análise de Procedimentos Operacionais Padrão (POP). Sistemas de gerenciamento de empreendimentos gastronômicos.

► **Metodologias Propostas**

Aulas expositivas e dialogadas auxiliadas por recursos áudio visuais. Visitas técnicas nos espaços gastronômicos. Leituras e estudos dirigidos. Técnicas para elaboração de portfólio.

► **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Elaboração de Procedimentos Operacionais Padrão para serviços em restaurante. Avaliação Escrita. Pesquisa de mercado (sistemas de gerenciamento). Apresentação de portfólio.

► **Bibliografia Básica**





- ALVES, A. M.; NISHIO, E. K. **Gestão de negócios da alimentação**: casos e soluções. São Paulo: Senac, 2019.
- BRAGA, R. M. M. **Gestão da gastronomia**: custos, formação de preços, gerenciamento e planejamento do lucro. São Paulo: Senac, 2017.
- CAMPOS, A. **Gestão de compras e negociação**. São Paulo: Érica, 2015.

► **Bibliografia Complementar**

- ASSIS, L. **Alimentos seguros**: ferramentas para gestão e controle da produção e distribuição. São Paulo: Senac, 2018.
 - FIORI, L. S. (et. Al). **Instrumentos Para Elaboração do Manual de Boas Práticas e dos Procedimentos Operacionais Padronizados em Serviços de Alimentação**. São Paulo: Ed. Rubio, 2015.
- FONSECA, M. T. **Tecnologias gerenciais de restaurante**. São Paulo. Ed. SENAC, 2000.
 - PELLOSO, I.; PELLOSO, A. **Food service one**: planejamento, projeto e gestão em negócios de alimentação. São Paulo: Literare Books International, 2018.

6.4.6 – PGG-004 – Projeto Integrador IV – Pesquisa de mercado gastronômico – Oferta On-line – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Formular uma pesquisa de mercado;
- Aplicar metodologias e técnicas de pesquisa;
- Diagnosticar dados relevantes ao perfil consumidor de serviços gastronômicos.

► **Objetivos de Aprendizagem**

Organizar, executar e analisar uma pesquisa no mercado gastronômico. Desenvolver projeto integrado com os demais componentes curriculares do semestre que envolvam ações de responsabilidade social, cidadania, cultura, ciência, tecnologia e inovação promovendo a cooperação e troca de saberes com diversos segmentos da sociedade.

► **Ementa**

Planejamento, desenvolvimento de uma pesquisa no mercado gastronômico: Estrutura, conteúdo e formatação. Objetivos, mercados locais e regionais, público, frequência em espaços gastronômicos, motivações e meios para conhecimento de novos estabelecimentos, gasto médio por pessoa entre outros aspectos. Tabulação e Análise dos resultados.

► **Metodologias Propostas**

Aulas expositivas e dialogadas auxiliadas por recursos Audiovisuais. Leituras e estudos dirigidos. Sala de Aula Invertida. Aprendizagem Baseada em Projetos/Problemas. Participação em projetos junto aos diversos segmentos da sociedade que envolvam ações de responsabilidade social, cidadania e cultura, ciência, tecnologia e inovação.

► **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Trabalhos em grupo. Análise Resolução de Problemas acompanhado de rubrica de avaliação.



► **Bibliografia Básica**

- GARCIA, A.; JUSTINIANO, L. **Introdução prática à pesquisa de mercado**: planejamento da pesquisa, organização & apresentação de dados. São Paulo: Empreende Educação Consultoria, 2016.
- KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAM, I. **Marketing 4.0**: do tradicional ao digital. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.
- MARCONI, M.; LAKATOS, E. **Metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

► **Bibliografia Complementar**

- OGDEN, J.; CRESCITELLI, E. **Comunicação integrada de marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2007.
- YANAZE, M H. **Gestão de marketing e comunicação**. São Paulo: Saraiva, 2007.

6.4.7 - ING-214 – Inglês IV – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Desenvolver comunicação interpessoal, compreensão e interpretação em situações que envolvam expressão de ideias, negociação, análise e elaboração de documentos na língua-alvo, na área de atuação profissional

► **Objetivos de Aprendizagem**

Interpretar e produzir textos relevantes para a área de atuação, como correspondências, descrições, instruções e relatórios. Fazer comparações, expressar opinião e justificar decisões com polidez. Destacar pontos principais de apresentações, demonstrações, artigos e publicações. Fazer planos e agendar compromissos. Descrever produtos/serviços e responder a questionamentos simples.

► **Ementa**

Expansão do uso das funções comunicativas da língua inglesa, por meio da compreensão e produção oral e escrita, com uso de estruturas léxico-gramaticais, abordando aspectos socioculturais, nos contextos pessoal, acadêmico, e na área de formação profissional.

► **Metodologias Propostas**

Aulas expositivas dialogadas, apresentações orais, dramatização (role-play), gamificação e atividades em pares/grupos.

► **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Avaliação Formativa - exercícios para prática e produção oral e escrita ao longo do curso (com feedback e plano de ações); Avaliação Somativa - provas ou trabalhos, individuais ou em grupo, que avaliem tanto a escrita e leitura, quanto a oralidade e compreensão auditiva.

► **Bibliografia Básica**

- HUGES, J. et al. **Business result: pre-intermediate**. Student's book with online practice. 2nd edition. New York: Oxford University Press, 2017.
- O'KEEFFE, M. et al. **Business partner: A2**. Coursebook with digital resources. São Paulo: Pearson Universidades, 2020.





- OXENDEN, C.; LATHAM-KOENIG, C. American english: file 2. Student's book Pk with online practice. 3rd edition. New York: Oxford University Press, 2019.

▶ **Bibliografia Complementar**

- CARTER, R.; NUNAN, D. Teaching english to speakers of other languages. Cambridge: Cambridge University Press, 2015.
- POWELL, M. et al. In Company 3.0: pre-intermediate. 3rd edition. São Paulo: Macmillan do Brasil, 2015.

6.4.8 – ESP-074 – Espanhol IV – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Desenvolver comunicação interpessoal, compreensão e interpretação em situações que envolvam expressão de ideias, negociação, análise e elaboração de documentos na língua-alvo, na área de atuação profissional.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Consolidar as destrezas comunicativas adquiridas para transitar no contexto das negociações internacionais de forma mais autônoma. Adquirir e utilizar os recursos linguísticos orais e escritos (textuais, sintáticos, léxicos, morfológicos e fonéticos) utilizados nos âmbitos acadêmico e profissional. Interpretar e produzir textos relevantes para a área de atuação, como correspondências, descrições, instruções e relatórios. Fazer comparações, expressar opinião e justificar decisões com polidez. Desenvolver as técnicas comunicativas e discursivas comuns ao mundo das negociações para atingir propósitos comunicativos (técnicas de argumentação, exposição, descrição, narração, explicação, persuasão, etc.). Destacar pontos principais de apresentações, demonstrações, artigos e publicações. Compreender a diversidade cultural dos países hispano-falantes e seu contraste com nossa cultura.

▶ **Ementa**

Expansão do uso das funções comunicativas da língua espanhola, com ênfase na compreensão e produção de gêneros discursivos orais, escritos e multimodais, em consonância com as situações profissionais específicas. Prática de negociações internacionais. Uso de estruturas léxico-gramaticais, abordando aspectos socioculturais, de forma interdisciplinar, levando em consideração as variedades da língua, nos contextos acadêmico, e na área de formação profissional, e suas dimensões histórica, geográfica e sociológica.

▶ **Metodologias Propostas**

Aulas expositivas dialogadas, apresentações orais, dramatização (role-play), gamificação e atividades em pares/grupos.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Avaliação Formativa - exercícios para prática e produção oral e escrita ao longo do curso (com feedback e plano de ações); Avaliação Somativa - provas ou trabalhos, individuais ou em grupo, que avaliem tanto a escrita e leitura, quanto a oralidade e compreensão auditiva.

▶ **Bibliografia Básica**

- CASTRO, F. **Uso de la gramática española**: nivel intermedio. Nueva edición. Madrid: Edelsa, 2020.



- FERNÁNDEZ, A. N.; PROST, G. N. **Al di@**: curso intermedio de español para los negocios. Madrid: SGEL, 2014.
- PRADA, M; MARCÉ, P. **Entorno laboral**: nivel A1/B1. Español lengua extranjera. Edición ampliada. Madrid: Edelsa, 2017.

▸ **Bibliografia Complementar**

- MARCÉ, P.; PRADA, M. Comunicación eficaz para los negocios. Madrid: Edelsa, 2019.
- PALOMINO, M. A. Correo comercial: tecnicas y usos. Madrid: Edelsa, 2015.





6.5 Quinto Semestre

Sem.	Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais					
					Presenciais		On-line		Total	Atividade Curricular de Extensão
					Sala	Lab.	Sala	Lab.		
5º	1	GEG-011	Vitrinismo e Merchandising em A&B	Presencial	40	40	-	-	80	-
	2	GEG-012	Gestão da Qualidade em Gastronomia	Presencial	40	-	-	-	40	-
	3	DGG-001	Legislação Aplicada a Negócios Gastronômicos	Presencial	40	-	-	-	40	-
	4	ADM-054	Análise e Administração de Custos	Presencial	40	-	-	-	40	-
	5	ADM-055	Gestão de Recursos Humanos	Presencial	40	-	-	-	40	-
	6	BAL-004	Harmonização	Presencial	40	40	-	-	80	-
	7	PGG-005	Projeto Integrador V – Marketing	On-line	-	-	40	40	80	80
	8	ING-215	Inglês V	Presencial	30	10	-	-	40	-
	9	ESP-075	Espanhol V	Presencial	20	20	-	-	40	-
Total de aulas do semestre					290	110	40	40	480	80

6.5.1 – GEG-011 – Vitrinismo e Merchandising em A&B – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Interpretar e aplicar técnicas de vitrinismo e merchandising nos espaços gastronômicos;
- ▶ Selecionar e avaliar fornecedores para os serviços de vitrinismo;
- ▶ Organizar e otimizar Pontos de Interação e Pontos de Vendas para produtos de alimentação;
- ▶ Avaliar e implantar franquias;
- ▶ Pesquisar e aplicar tendências de vitrinismo e merchandising em empreendimentos gastronômicos.

Objetivos de Aprendizagem

Conhecer e aplicar técnicas de vitrinismo em empreendimentos gastronômicos. Otimizar os pontos de vendas e de interação para distribuição de produtos gastronômicos. Criar e implementar experiências de consumo e de serviços de alimentação. Compreender modelos de franquias e avaliar aplicação.

Ementa

História do Vitrinismo. Simetria e ritmo de objetos cênicos e vitrines. Fases da encenação: pesquisa, custos, materiais e objetos. Técnicas de iluminação e decoração para vitrines, PDIs (pontos de interação) e PDV (pontos de vendas). Merchandising e experiência do consumidor. Marketing sensorial e experiências “phygital”. Conceitos de franquia: franqueador e franquiado. Gestão de redes e modelos de negócios franquizados.

Metodologias Propostas

Aulas expositivas e dialogadas auxiliadas por recursos áudio visuais. Técnicas de montagem de vitrines gastronômicas. Visitas técnicas nos espaços gastronômicos. Leituras e estudos dirigidos.

Instrumentos de Avaliação Propostos

Pesquisa de Vitrinismo e Merchandising. Seminários de Pesquisa de Mercado. Avaliação escrita. Montagem de vitrines gastronômicas.

Bibliografia Básica





- AMARAL, M. C.; ANTERO, K. L. **Design de loja e visual merchandising**. Curitiba: Intersaberes, 202.
- LADEIRA, W.; SANTINI, F. **Merchandising & promoção de vendas**: como os conceitos modernos estão sendo aplicados no varejo físico e na Internet. São Paulo: Atlas, 2018.
- ROQUE, A. **Franquias**: tudo o que você precisa saber. São Paulo: Clube de Autores, 2019.

► **Bibliografia Complementar**

- BERKHAUT, C; SERRA, A. C. (trad.). **A Bíblia do varejo**: estratégias de marketing e vendas para sobreviver à revolução no varejo e prosperar. São Paulo: Autêntica, 2020.
- EBSTER, C. **Design de loja e merchandising visual**: criando um ambiente que convida a comprar. São Paulo: Saraiva, 2013.
- SOARES, L. **Marketing Sensorial para Restaurantes**: uma estratégia olfativa, Saiba como aplicar os Cinco Sentidos para Gerar Sucesso para o seu Restaurante, Bar e Café! São Paulo: Ebook.

6.5.2 – GEG-012 – Gestão da Qualidade em Gastronomia – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Mapear o processo para otimização de operações;
- Sistematizar os dados para construção de indicadores da qualidade;
- Analisar os resultados para implantação dos planos de melhoria;
- Aplicar normas e políticas da qualidade;
- Propor e implementar procedimentos e rotinas de trabalho

► **Objetivos de Aprendizagem**

Organizar e administrar sistemas de qualidade em produtos e serviços; promover melhoria da qualidade de produtos, serviços e processos; aumentar a eficiência dos processos produtivos e nas operações de serviços. Medir e otimizar os processos

► **Ementa**

Conceito de qualidade. Normas técnicas. Sistemas de Gestão da Qualidade. Princípios da qualidade em produtos e serviços e seus desdobramentos. Política da qualidade. Programa de qualidade em produtos e serviços e sua métricas. Ferramentas de gestão da qualidade. Procedimentos e rotinas de trabalho.

► **Metodologias Propostas**

Aulas teóricas, estudo de caso e construção de projetos através de ambiente virtual de aprendizagem.

► **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Projetos desenvolvidos e apresentados.

► **Bibliografia Básica**

- CORRÊA, H. L. & COAN, M. **Gestão de serviços**: lucratividade por meio de operações e de satisfação dos clientes. São Paulo: Atlas, 2006.
- JOHNSTON, R. & CLARK, G. **Administração de operações e serviços**. São Paulo: Atlas, 2002.





- PALADINI, E. P. **Gestão estratégica da qualidade**. São Paulo: Atlas, 2008.

► **Bibliografia Complementar**

- ALBRECHT, Karl. **Revolução nos serviços**: como as empresas podem revolucionar a maneira de tratar os seus clientes. São Paulo: Pioneira, 1992.
- GEORGE, M. L. Lean. **Seis Sigma para serviços**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.
- GIANESI, I. G N; CORRÊA, H. L. **Administração Estratégica de Serviços**: operações para satisfação do cliente. São Paulo: Atlas, 1994.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Qualidade total em serviços**: conceitos, exercícios, casos práticos. São Paulo: Atlas, 1999.
- TAKESHY, T.; SCAICO, O. **Organização flexível**: qualidade na gestão por processos. São Paulo: Atlas, 2006.

6.5.3 – DGG-001 – Legislação Aplicada a Negócios Gastronômicos – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Utilizar de reflexão crítica na busca dos fundamentos e memorização dos conteúdos do direito aplicável a negócios gastronômicos e sua interdisciplinaridade.
- Desenvolver o raciocínio jurídico e os conhecimentos da disciplina de Direito Constitucional, Consumidor, Civil, Tributário, Administrativo, Trabalho e outros, identificando a aplicação do seu conteúdo à realidade social, jurídica, política, econômica e ambiental.

► **Objetivos de Aprendizagem**

Formar o aluno quanto a atuação no campo da Gastronomia; Conceituar a gastronomia juridicamente e seus fundamentos; apresentar a interdependência da Legislação Aplicada à Gastronomia e as demais disciplinas; conhecer a Legislação básica em vigor; desenvolver a gastronomia à luz da legislação para prevenir responsabilizações civis, criminais e administrativas.

► **Ementa**

Noções de Constitucional. Noções gerais de Direito Civil. Noções do Código de Defesa do Consumidor. Direito do Trabalho. Noções de Direito Administrativo. Noções de Direito Tributário e demais Legislação Aplicáveis à Gastronomia.

► **Metodologias Propostas**

Aulas expositivas e dialogadas

► **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Trabalhos em grupo. Análise Resolução de Problemas acompanhado de rubrica de avaliação.

► **Bibliografia Básica**

- AZEVEDO, A. J. **Negócio jurídico**: existência, validade e eficácia. São Paulo: Saraiva, 1986.
- BASTOS, C. R. **Comentários à Constituição do Brasil**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2001.
- BRANCATO, R. T. **Instituições de direito público e privado**. 12. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

► **Bibliografia Complementar**





- ALEXANDRE, Ricardo. **Direito Tributário Esquematizado**. Rio de Janeiro: Forense. São Paulo: Método, 2016.
- BANDEIRA DE MELLO, C. A. **Curso de direito administrativo**. São Paulo: Malheiros, 2012.
- BONAVIDES, P. **Curso de direito constitucional**. São Paulo: Malheiros, 2014.
- COSTA, José Ribamar da. **Noções de Direito do Trabalho**. 7. ed., atual. São Paulo: LTR, 1997.
- NUNES, Luiz Antonio Rizzatto. **Comentários ao código de defesa do consumidor**. 7ª ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

6.5.4 – ADM-054 – Análise e Administração de Custos – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Identificar a estrutura de custos de produção para produtos e serviços;
- ▶ Analisar os custos de produção envolvidos no negócio;
- ▶ Otimizar as variáveis de custeio de produtos e serviços;
- ▶ Aplicar as metodologias de formação de preço;
- ▶ Avaliar o ponto de equilíbrio financeiro.

Objetivos de Aprendizagem

Compreender as variáveis que determinam o custo de produção e o preço de venda do produto ou do serviço numa organização. Gerenciar as variáveis e os métodos de custeio. Gerenciar as metodologias de formação do preço final. Determinar o ponto de equilíbrio do negócio.

Ementa

Conceitos preliminares sobre a Contabilidade de Custos. Avaliação de Custos de Produção. Critérios de Rateio dos Custos Indiretos. Aplicação dos Custos Indiretos de Produção. Material Direto. Mão-De-Obra Direta. Custo por Ordem de Produção. Custo por Processo. Produção Conjunta. Métodos de Custeio para Serviços. Fixação do Preço de Venda, Compra e Produção. Metodologia de Formação de Preço de Venda na Indústria, Comércio, Serviços e Políticas de Preço. Metodologia de Formação de Preço de Compra na Indústria, Comércio, Serviços e Políticas de Preço. Metodologia de Formação de Preço de Produção Na Indústria, Serviços e Políticas de Preço.

Metodologias Propostas

Aulas teóricas, estudo de caso e construção de projetos através de ambiente virtual de aprendizagem.

Instrumentos de Avaliação Propostos

(Projetos desenvolvidos e apresentados.)

Bibliografia Básica

- FERREIRA, J. A. S. **Contabilidade de custos**. São Paulo: Prentice Hall, 2007.
- MARTINS, E. **Contabilidade de custos**. São Paulo: Atlas, 2018.
- RIBEIRO, O. M. **Contabilidade de custos fácil**. São Paulo: Saraiva, 2015.

Bibliografia Complementar



- BRAGA, R. M. M. **Gestão da gastronomia**: custos, formação de preços, gerenciamento e planejamento do lucro. São Paulo: Senac, 2009
- CANDIDO, I. **Restaurante**: administração e operacionalização. Caxias do Sul: Educ, 2010.
- FONSECA, M. T. **Tecnologias Gerenciais de Restaurantes**. São Paulo, Editora SENAC, 2009.
- KIMURA, A. Y. **Planejamento e Administração de Custos em Restaurantes Industriais**. Editora Varela, 2003.

6.5.5 – ADM-055 – Gestão de Recursos Humanos – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Compreender e aplicar técnicas de recrutamento e seleção;
- ▶ Aplicar técnicas de comunicação não-violenta e gestão de conflitos;
- ▶ Liderar e coordenar equipes de trabalho;
- ▶ Desenvolver e gerenciar equipes e carreiras no setor de gastronomia.

Objetivos de Aprendizagem

Organizar programas de recrutamento e seleção. Realizar treinamentos para o desenvolvimento dos recursos humanos.

Ementa

Conceitos, clima e cultura organizacional. Integração entre indivíduo e empresa. Políticas, objetivos e administração de pessoas. Gestão de pessoas na área de gastronomia. Gestão de equipes. Conflitos interpessoais. Tipos de lideranças. Gestão de Talentos. Job Design.

Metodologias Propostas

Aulas expositivas e dialogadas auxiliadas por recursos áudio visuais. Visitas técnicas nos espaços gastronômicos. Leituras e estudos dirigidos.

Instrumentos de Avaliação Propostos

Avaliação escrita. Pesquisa de empreendimentos e equipes da área de gastronomia. Seminários e Estudos de Caso.

Bibliografia Básica

- ACADEMIA PEARSON. **Administração de recursos humanos**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2010.
- CHESSER, J. W. et al. **Gestão em serviços de alimentação**: liderança e desenvolvimento de recursos humanos para a gastronomia. São Paulo: Manole. 2016.
- CHIAVENATO, I. **Treinamento e desenvolvimento de recursos humanos**. São Paulo: Manole, 2009.

Bibliografia Complementar

- ALVES, A. M.; NISHIO, E. K. **Gestão de negócios da alimentação**: casos e soluções. São Paulo: Senac, 2019.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos Humanos**: O Capital Humano nas Organizações. 8ª edição, São Paulo, Atlas. 2004.





- MARSHALL, B. R. **A linguagem da paz em um mundo de conflitos**: sua próxima fala mudará seu mundo. São Paulo: Palas Athenas, 2019.

6.5.6 – BAL-004 – Harmonização – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Harmonizar as preparações gastronômicas com os diversos tipos de bebidas.
- ▶ Avaliar os métodos de produção e classificação dos tipos de bebidas.
- ▶ Utilizar as técnicas de serviço para bebidas.

Objetivos de Aprendizagem

Reconhecer as matérias primas, os processos de produção e classificação das bebidas. Harmonizar bebidas e produções alimentícias.

Ementa

Promover a harmonização de vinhos, cervejas, destilados, licores, café e chá com: Entradas frias e quentes; Finger food; Carnes brancas; Carnes vermelhas; Carnes de caça; Queijos; Embutidos; Massas e cereais; Sobremesas; Outros de relevância.

Metodologias Propostas

Aulas expositivas auxiliada por recursos áudio visuais. Práticas de degustação e harmonização no laboratório de enologia. Visita técnicas a vinícola.

Instrumentos de Avaliação Propostos

Preenchimento do gráfico de Mercadini, Avaliação escrita e expositiva.

Bibliografia Básica

- ALCARDE, A. R. **Cachaça**: ciência, tecnologia e arte. São Paulo: Blucher, 2017.
- BORGES, J. L. **Degustação de vinhos**: rigor e paixão. São Paulo: Martins Fontes, 2020.
- DREDGE, M. **Cerveja e gastronomia**: harmonização das melhores cervejas do mundo com pratos deliciosos. São Paulo: Publifolha, 2017.

Bibliografia Complementar

- BEAUMONT, S. **Cerveja e comida**: princípios de harmonização, receitas e guia de degustação. São Paulo: Publifolha, 2017.
- NOVAKOSKI, Deise; FREIRE, Renato. **Enogastronomia**: a arte de harmonizar cardápios e vinhos. Rio de Janeiro, Ed. Senac, 2007.
- SANTOS, J. I.; SANTANA, J. M. **Comida e vinho**: harmonização essencial. São Paulo: Senac, 2008.



6.5.7 – PGG-005 – Projeto Integrador V – Marketing – Oferta On-line – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Identificar os principais meios digitais e respectivas interatividade.
- ▶ Aplicar ferramentas de gerenciamento do marketing no ambiente digital.
- ▶ Elaborar estratégia de marketing digital.

Objetivos de Aprendizagem

Analisar e refletir sobre os meios digitais de negócios e interação social. Utilizar e executar ferramentas de gerenciamento do marketing no ambiente digital. Desenvolver e apresentar o processo de desenvolvimentos de estratégias de marketing digital para um empreendimento gastronômico. Desenvolver projeto integrado com os demais componentes curriculares do semestre que envolvam ações de responsabilidade social, cidadania, cultura, ciência, tecnologia e inovação promovendo a cooperação e troca de saberes com diversos segmentos da sociedade.

Ementa

Princípios de marketing de serviços. Compreensão dos Serviços de alimentação: o papel dos serviços na economia; a natureza dos serviços; a estratégia em serviços. A importância do conteúdo e das ações, possibilidades e estratégias frente à nova mídia; no enfoque da Internet com canal de marketing de relacionamento, marketing direto, de permissão e viral e o uso das ferramentas colaborativas para a construção de conteúdo em redes sociais, comunidades de marca e empresariais e o papel de dispositivos de integração entre pessoas, comunidades e empresas.

Metodologias Propostas

Aulas expositivas e dialogadas auxiliadas por recursos Audiovisuais. Leituras e estudos dirigidos. Sala de Aula Invertida. Aprendizagem Baseada em Projetos/Problemas). Participação em projetos junto aos diversos segmentos da sociedade que envolvam ações de responsabilidade social, cidadania e cultura, ciência, tecnologia e inovação.

Instrumentos de Avaliação Propostos

- ▶ Trabalhos em grupo. Análise Resolução de Problemas acompanhado de rubrica de avaliação. |

Bibliografia Básica

- KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2005. |
- STRAUSS, J.; FROST, R. **E-marketing**. Tradução: Regina Claudia Loverri; Revisão: Miguel Noronha Feyo. 6. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2012. |
- TURCHI, S. R. **Estratégias de marketing digital e e-commerce**. São Paulo: Atlas, 2012. |

Bibliografia Complementar

- ANDERSON, Chris. **A cauda longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho = The long tail. Tradução de Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- GABRIEL, M. **Marketing na era digital**: conceitos, plataformas e estratégias. São Paulo: Novatec, 2010.
 - TELLES, A. **A revolução das mídias sociais**: estratégias de marketing digital para você e sua empresa terem sucesso nas mídias sociais: cases, conceitos, dicas e ferramentas. 2. ed., rev. atual. São Paulo: M.Books, 2010.





6.5.8 – ING-215 – Inglês V – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Desenvolver comunicação interpessoal, compreensão e interpretação em situações que envolvam expressão de ideias, negociação, análise e elaboração de documentos na língua-alvo, na área de atuação profissional.

Objetivos de Aprendizagem

Compreender pontos principais e produzir textos como cartas de apresentação, currículos, videocurrículos e prospectos. Comunicar-se com inteligibilidade, mantendo o fluxo contínuo da comunicação. Interagir em situações de entrevistas de emprego. Descrever experiências e desempenho profissional. Falar sobre expectativas, planos futuros, compromissos e decisões. Acompanhar apresentações e reuniões. Expressar opiniões, fornecendo argumentos e justificativas.

Ementa

Aprofundamento do uso das funções comunicativas da língua inglesa, por meio da compreensão e produção oral e escrita, com uso de repertório léxico-gramatical, abordando aspectos socioculturais, nos contextos pessoal, acadêmico, e na área de formação profissional.

Metodologias Propostas

Aulas expositivas dialogadas, apresentações orais, dramatização (role-play), gamificação e atividades em pares/grupos.

Instrumentos de Avaliação Propostos

Avaliação Formativa - exercícios para prática e produção oral e escrita ao longo do curso (com feedback e plano de ações); Avaliação Somativa - provas ou trabalhos, individuais ou em grupo, que avaliem tanto a escrita e leitura, quanto a oralidade e compreensão auditiva.

Bibliografia Básica

- HUGES, J. et al. **Business result pre-intermediate**: student's book with online practice. 2nd edition. New York: Oxford University Press, 2017.
- O'KEEFFE, M. et al. **Business partner A2+**. Coursebook with digital resources. São Paulo: Pearson Universidades, 2020.
- OXENDEN, C.; LATHAM-KOENIG, C. **American english file 2**: student's book Pk with online practice. 3rd edition. New York: Oxford University Press, 2019.

Bibliografia Complementar

- NUNAN, David. **Teaching English to Speakers of Other Languages**: an introduction. 1st edition. New York, 2015.
- POWELL, M. et al. **In Company 3.0**: pre-Intermediate. 3rd edition. São Paulo: Macmillan do Brasil, 2015.

6.5.9 – ESP-075 – Espanhol V – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)





- ▶ Desenvolver comunicação interpessoal, compreensão e interpretação em situações que envolvam expressão de ideias, negociação, análise e elaboração de documentos na língua-alvo, na área de atuação profissional.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Compreender e expressar ideias principais em uma conversação mais extensa sobre assuntos habituais, pessoais e profissionais. Produzir textos como cartas de apresentação, currículos, videocurrículos e prospectos. Manter interação e se fazer entender em variadas situações cotidianas, formular perguntas e respostas mais elaboradas. Expor ideias de forma clara, posicionando-se com relação à eventos presentes, passados e futuros, expressando desejos, intenções, necessidades e preferências. Interagir em situações de entrevistas de emprego. Acompanhar apresentações e reuniões.

▶ **Ementa**

Aprofundamento do uso das funções comunicativas da língua espanhola, por meio da compreensão e produção oral e escrita, com uso de repertório léxico-gramatical, contemplando as especificidades socioculturais, nos contextos pessoal, acadêmico, e na área de formação profissional. Uso funcional dos recursos linguísticos em contato com diversos tipos e formas de textos. Produção e interpretação de textos descritivos e explicativos de caráter profissional e pessoal.

▶ **Metodologias Propostas**

Aulas expositivas dialogadas, apresentações orais, dramatização (role-play), gamificação e atividades em pares/grupos.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Avaliação Formativa - exercícios para prática e produção oral e escrita ao longo do curso (com feedback e plano de ações); Avaliação Somativa - provas ou trabalhos, individuais ou em grupo, que avaliem tanto a escrita e leitura, quanto a oralidade e compreensão auditiva.

▶ **Bibliografia Básica**

- CASTRO, F. **Uso de la gramática española**: nivel avanzado. Nueva edición. Madrid: Edelsa, 2020.
- FERNÁNDEZ, A. N.; PROST, G. N. **Al dí@**: curso superior de español para los negocios. Madrid: SGEL, 2009.
- PRADA, M; MARCÉ, P. **Entorno laboral**: nivel A1/B1. Español lengua extranjera. Edición ampliada. Madrid: Edelsa, 2017.

▶ **Bibliografia Complementar**

- MARCÉ, P.; PRADA, M. **Comunicación eficaz para los negocios**. Madrid: Edelsa, 2019.
- PRADA, M; BOVET, M.; MARCÉ, P. **Entorno turístico**: nivel B1/B2. Madrid: Edelsa, 2016.



6.6 Sexto Semestre

Sem.	Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais					
					Presenciais		On-line		Total	Atividade Curricular de Extensão
					Sala	Lab.	Sala	Lab.		
6º	1	ECN-027	Estudo de Viabilidade Econômico-Financeira	Presencial	80	-	-	-	80	-
	2	GEG-013	Tendências Mercadológicas do mercado gastronômico	Presencial	40	40	-	-	80	-
	3	AGS-019	Gerenciamento da cadeia de suprimentos na Gastronomia	Presencial	40	-	-	-	40	-
	4	ADM-056	Importação e Exportação de Alimentos e Bebidas	Presencial	40	-	-	-	40	-
	5	ADM-057	Empreendedorismo	Presencial	40	40	-	-	80	-
	6	PGG-006	Projeto Integrador VI – Modelos de Negócios e Projetos de Consultoria	On-line	-	-	40	40	80	80
	7	ING-216	Inglês VI	Presencial	30	10	-	-	40	-
	8	ESP-076	Espanhol VI	Presencial	20	20	-	-	40	-
Total de aulas do semestre					290	110	40	40	480	80

6.6.1 – ECN-027 – Estudo de Viabilidade Econômico-Financeira – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Entender os conceitos de finanças e permitir a interpretação do desempenho financeiro do negócio;
- ▶ Compreender técnicas econômicas e financeiras para análise e seleção de projetos de investimentos;
- ▶ Analisar a viabilidade econômico-financeira do negócio;
- ▶ Propor alternativas de investimentos.

Objetivos de Aprendizagem

Determinar o valor do dinheiro no tempo para a tomada de decisão. Calcular valor presente, valor futuro, período, taxa de juros e taxa de desconto nos diferentes regimes de capitalização. Avaliar os principais sistemas de amortização de empréstimos e financiamentos. Identificar as principais técnicas econômicas e financeiras para análise da viabilidade de projetos de investimentos aplicados aos negócios. Aplicar os métodos do Payback, VPL, TIR, IL e TR para avaliar a viabilidade econômica de projetos.

Ementa

Conceitos Fundamentais de Matemática Financeira. Juros Simples. Juros Compostos. Descontos: Comercial e Racional. Noções sobre Fluxos de Caixa. Séries Uniformes e Perpétuas. Sistemas de Amortização de Empréstimos e Financiamentos. Introdução à Análise de Investimentos. Projeção do Fluxo de Caixa e Taxa Mínima de Atratividade. Payback Simples e Payback Descontado. Valor Presente Líquido. Taxa Interna de Retorno. Índice de Lucratividade e Taxa de Rentabilidade.

Metodologias Propostas

Aulas teóricas, estudo de caso e construção de projetos através de ambiente virtual de aprendizagem.

Instrumentos de Avaliação Propostos

Projetos desenvolvidos e apresentados.





► **Bibliografia Básica**

- ASSAF NETO, A. **Matemática financeira e suas aplicações**. 13. ed. São Paulo: Atlas, 2016.
- GOMES, C. R. **Aplicação do Excel e calculadora HP no uso da matemática financeira: descomplicando a matemática financeira com o uso do Excel e da calculadora HP**. Santa Cruz do Rio Pardo: Viena, 2015.
- MEGLIORINI, E.; VALLIM, M. A. **Administração financeira: uma abordagem brasileira**. São Paulo: Prentice Hall, 2009.

► **Bibliografia Complementar**

- BRUNI, A. L. **Avaliação de investimentos**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2013.
- CAMLOFFSKI, R. **Análise de investimentos e viabilidade financeira das empresas**. São Paulo: Atlas, 2014.
- LAURENCEL, Luiz da Costa; REZENDE FILHO, Mauro. **Engenharia Financeira: Fundamentos para Avaliação e Seleção de Projetos de Investimentos e Tomada de Decisão**. Rio de Janeiro, RJ: Grupo GEN, 2013.
- SAMANEZ, Carlos Patrício. **Engenharia Econômica**. São Paulo, SP: Pearson Prentice Hall, 2009.
- VIEIRA SOBRINHO, José Dutra. **Matemática financeira**. 7. Ed. São Paulo, SP: Atlas, 2013.

6.6.2 – GEG-013 – Tendências Mercadológicas do mercado gastronômico – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Avaliar o mercado gastronômico;
- Identificar oportunidades de mercado e negócios gastronômicos;
- Identificar desafios e tendências para os sistemas de food service;
- Distinguir e alinhar valores éticos e sustentáveis na gastronomia;
- Elaborar e avaliar cardápios sustentáveis (sazonalidade);
- Selecionar e avaliar os produtores locais sobre a obtenção de produtos;
- Promover o abastecimento dos estabelecimentos com alimentos sustentáveis de pequenos produtores.

► **Objetivos de Aprendizagem**

Identificar as tendências no mercado gastronômico. Conhecer e Avaliar oportunidades para serviços gastronômicos. Gerar oportunidades de negócios gastronômicos seguindo tendências para manutenção da saúde física e emocional de consumidores. Conhecer e analisar aos sistemas digitais de compras de alimentos e bebidas. Alinhar valores éticos e sustentáveis no mercado gastronômico. Priorizar a qualidade e o aproveitamento total dos alimentos. Diminuir o desperdício e aumentar o acesso a alimentos nutritivos.

► **Ementa**

Mercado Gastronômico: conceituação, história, classificação e tipologia de negócios. Tendências Mercadológicas: avaliação e geração de oportunidades. Hábitos alimentares contemporâneos: saúde física e mental dos consumidores. Cardápios funcionais e confort food. Inovação e tecnologia no mercado gastronômico: conceitos de delivery, take away, green kitchens, dark stores, cloud kitchen e food techs. Alinhamento de valores éticos e sustentáveis: valorização produtores locais, embalagens ecológicas. Conceitos de ecogastronomia e plant based. Tendências do mercado econômico gastronômico. A introdução de práticas sustentáveis e o



aproveitamento integral de um alimento. Estudo de ingredientes e técnicas de preparo dos alimentos. Elaboração de cardápio sustentável.

▸ **Metodologias Propostas**

Aulas expositivas e dialogadas auxiliadas por recursos áudio visuais. Visitas técnicas nos espaços gastronômicos e feiras de negócios. Leituras e estudos dirigidos. Estudos de caso em ambientes com práticas sustentáveis.

▸ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Avaliação escrita. Pesquisa de mercado sobre tendências mercadológicas. Seminário de pesquisa tendências mercadológicas. Relatório de Visita técnica a espaços gastronômicos e feiras de negócios.

▸ **Bibliografia Básica**

- FONSECA, M. T. **Tecnologias gerenciais de restaurantes**. São Paulo: Senac, 2017.
- GAMBARDELLA, A. M. D.; LOPES, J. A. C. **Restaurantes sustentáveis: um futuro em comum**. São Paulo: Atheneu, 2015.
- NISHIO, E. K.; ALVES, A. M. **Gestão de negócios de alimentação: casos e soluções**. São Paulo: Senac, 2019.

▸ **Bibliografia Complementar**

- ABRANTES, G.; MATA, P. **Cozinha modernista: história, ingredientes e receitas da cozinha do século XXI**. Rio de Janeiro: Senac, 2019.
- DO VALLE, Ciro Eyer. **Qualidade ambiental Iso 14000**. São Paulo, Ed. Senac, 2010.
- GAMBARDELLA, Ana Maria Dianezi. **Restaurantes sustentáveis: um futuro em comum**. São Paulo, Ed. Atheneu, 2015.
- PALACIO, June Payne; THEIS, Monica. **Gestão de negócios em alimentação: princípios e práticas**. São Paulo, Ed. Manole, 2014.
- PETRINI, C. **Slow food: bom, limpo e justo**. São Paulo: Senac, 2021.

6.6.3 – AGS-019 – Gerenciamento da cadeia de suprimentos na Gastronomia – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Gerir bens patrimoniais e estoques;
- Aplicar técnicas de controle de estoques;
- Compreender os sistemas logísticos;
- Utilizar técnicas de negociação aplicadas às compras;
- Elaborar políticas de contingência operacional.

▸ **Objetivos de Aprendizagem**

Compreender as diversas implicações da gestão de bens patrimoniais, e de estoques, tanto de matéria-prima quanto de produtos acabados. Promover avaliação crítica das principais técnicas de gestão relacionadas a compras, armazenamento e movimentação de materiais aplicados nas empresas da área gastronômica.

▸ **Ementa**





Administração de Patrimônio. Gestão de materiais e controle de estoques. Técnicas de armazenamento e movimentação de materiais. Distribuição física e logística integrada. Administração de compras. Administração do Patrimônio: Classificação e Organização de Bens Patrimoniais. Sistemas de Controle de Bens Patrimoniais. Administração de Materiais e de Estoques: A Cadeia de Suprimento e a Logística Empresarial. Controle de Estoques: Tempo de Reposição e Estoque Mínimo. Análise Abc, Lote Econômico de Compras e Lote Econômico de Fabricação. Políticas de Compras e Estratégias de Aquisição, Variáveis das Compras, Definição das Especificações e Exigências. Qualificação das Fontes de Suprimento: Seleção e Avaliação, Análise de Propostas, Negociação e Decisão de Compras. Armazenagem e Movimentação de Materiais.

▶ **Metodologias Propostas**

Aulas teóricas, estudo de caso e construção de projetos através de ambiente virtual de aprendizagem.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Projetos desenvolvidos e apresentados.

▶ **Bibliografia Básica**

- BOWERSOX, D. J.; CLOSS, D.J. **Logística empresarial**. São Paulo: Atlas. 2001.
- HONG, Y. C. **Gestão de estoques na cadeia de logística integrada: supply chain**. São Paulo: Atlas. 2001.
- NOVAES, A. G. M. **Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição: estratégia, operação e avaliação**. Rio de Janeiro: Elsevier. 2001.

▶ **Bibliografia Complementar**

- BAILY, P. J. H. **Compras: princípios e administração**. São Paulo: Atlas. 2000.
- BALLOU, R.H. **Logística empresarial: transportes, administração de materiais e distribuição física**. São Paulo: Atlas. 1993.
- BERTAGLIA, P. R. **Logística e gerenciamento da cadeia de abastecimento**. São Paulo: Saraiva, 2005.
- BOWERSOX, D. J.; CLOSS, D. J. **Logística empresarial: o processo de integração da cadeia de suprimento**. Tradução: Adalberto Ferreira das Neves. São Paulo: Atlas, 2010.
 - CHRISTOPHER, Martin. **Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos: estratégias para a redução de custos e melhorias dos serviços**. São Paulo: Pioneira. 2002.

6.6.4 – ADM-056 – Importação e Exportação de Alimentos e Bebidas – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Compreender a sistemática de importação e exportação de alimentos e bebidas;
- ▶ Gerar a matriz de custos de importação e exportação de alimentos e bebidas;
- ▶ Gerir operações de comércio exterior.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Oferecer uma compreensão dos aspectos comerciais, administrativos e fiscais de um processo de importação e exportação de alimentos e bebidas.



► Ementa

Globalização e estratégia global. Blocos econômicos e suas relações comerciais. Panorama das Importações e Exportações Brasileiras – Bens e Serviços. Roteiro de uma Importação e Exportação. Canais de compra internacional – Importação e Exportação por conta própria, simplificada, por conta e ordem e por encomenda. Registros necessários para uma empresa atuar na importação e exportação. Nomenclatura e Classificação de Mercadorias – NCM/SH, NVE. Negociação na Importação e Exportação – Aspectos Gerais. International Commercial Terms (Incoterms) na Importação e sua aplicação no Brasil. Aspectos Administrativos de importação: Portal único de Siscomex – DUIMP – Declaração Única de Importação. Desembaraço Aduaneiro. Parametrização de canais. Valoração Aduaneira. Regulamento Aduaneiro. Aspectos Fiscais na Importação e Exportação: I.I, I.P.I, PIS, COFINS, ICMS, AFRMM, Cálculo de importação e exportação. Aspectos Cambiais na Importação: Modalidades de Pagamentos. Formação da taxa de câmbio. Contratação de câmbio. Contrato de Câmbio. FINIMP- Financiamento de Importação e Exportação. Operações Estruturadas de Câmbio. Regimes Aduaneiros Especiais e Atípicos: Trânsito Aduaneiro, Admissão Temporária, Exportação Temporária, Drawback, Entrepasto Aduaneiro.

► Metodologias Propostas

Aulas expositivas e dialogadas. Estudos de casos e montagem de portfólio de importadores e exportadores de A&B).

► Instrumentos de Avaliação Propostos

Projetos desenvolvidos e apresentados.

► Bibliografia Básica

- CAPARROZ, R. **Comércio internacional e legislação aduaneira esquematizado**. São Paulo: Saraiva, 2018.
- DIAS, R.; RODRIGUES, W. **Comércio exterior: teoria e gestão**. São Paulo: Atlas, 2011.
- WERNECK, P. **Comércio exterior & despacho aduaneiro**. Curitiba: Juruá Editora, 2015.

► Bibliografia Complementar

- ASHIKAGA, C. E. G. **Análise da tributação na importação e na exportação**. São Paulo: Aduaneiras, 2010.
- BIZELLI, João dos Santos. **Importação: Sistemática administrativa, cambial e fiscal**. S P: Aduaneiras, 2006.
- FARO, F.; FARO, R. **Competitividade no comércio internacional: acesso das empresas brasileiras aos mercados globais**. São Paulo: Atlas, 2010.
- GAMA, Marilza; LOPEZ, José Manoel Cortiñas. **Comércio Exterior Competitivo**. S P: Aduaneiras, 2010.
- VAZQUEZ, José Lopes. **Comércio Exterior Brasileiro**. São Paulo: Atlas, 2009.

6.6.5 – ADM-057 – Empreendedorismo – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Analisar as características do mercado e as especificidades do setor gastronômico.
- Propor negócios no setor gastronômico utilizando tendências de mercado.

► Objetivos de Aprendizagem





Identificar as características do mercado e as especificidades do setor gastronômico. Desenvolver ações empreendedoras e de inovação. Elaborar apresentações públicas de modelos de negócios para mostras e feiras.

► **Ementa**

Empresas e Empreendedores; Oportunidades de Negócios; Mapeamento de Mercado; Franquias; Proteção de Ideias de Negócios; Plano de Negócio; Estrutura legal do Negócio; Custo de Oportunidade e Trade -Offs; Fatores Econômicos e novos negócios; Avaliação de novos Negócios; Estratégias e Objetivos de Novos Negócios; Estratégias Funcionais; Responsabilidade Social Corporativa e Stakeholders.

► **Metodologias Propostas**

Aula expositiva-dialogada, metodologias ativas (Aprendizagem Baseada em Problemas, Sala de Aula Invertida, Gamificação, Hands On ou Mão na Massa, Aprendizagem baseada em projetos), exercícios aplicativos, mapas conceituais, portfólio, estudo de texto, dramatização, tempestade cerebral, soluções de problemas, pesquisa de campo, estudo de caso, seminário, fórum, oficinas, estudos com pesquisa, estudos dirigidos, visitas orientadas, palestras, seminários.

► **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Prova dissertativa, trabalho em grupo, debate e participação nas aulas, autoavaliação, seminário, trabalhos e relatórios individuais.

► **Bibliografia Básica**

- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- LENZI, F. C. **A nova geração de empreendedores**: guia para elaboração de um plano de negócios. São Paulo: Atlas, 2009.
- SALIM, C. S. et al. **Construindo planos de negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

► **Bibliografia Complementar**

- BIZZOTO, C. E. N. Planos de negócios para empreendimentos inovadores. São Paulo: Atlas, 2008.
- CERTO, S. C. **Administração estratégica**: planejamento e implantação da estratégia. São Paulo: Prentice Hall, 2006.
 - OLIVEIRA, Djalma P. R. **Planejamento estratégico**: conceitos, metodologia e práticas. São Paulo: Atlas, 2005.

6.6.6 – PGG-006 – Projeto Integrador VI – Modelos de Negócios e Projetos de Consultoria – Oferta On-line – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Obter informações sobre o negócio existente ou que se queira empreender.
- Diagnosticar aspectos positivos e negativos, oportunidades e riscos do empreendimento.
- Elaborar plano de negócios ou proposta de consultoria.
- Propor soluções para a melhoria da empresa.
- Apresentar plano de negócios ou proposta de consultoria.



► **Objetivos de Aprendizagem**

Desenvolver e apresentar um plano de negócio ou uma proposta de consultoria para empreendimentos gastronômicos, considerando sua viabilidade econômica e financeira, custos, recursos humanos e o planejamento físico. Desenvolver projeto integrado com os demais componentes curriculares do semestre que envolvam ações de responsabilidade social, cidadania, cultura, ciência, tecnologia e inovação promovendo a cooperação e troca de saberes com diversos segmentos da sociedade.

► **Ementa**

Importância estratégica; Vantagem competitiva e inovação; Fontes de financiamento; Aspectos legais e práticos de abertura de um negócio; Elaboração de Plano de Negócios; Planejamento estratégico. Otimização da Produção. Melhoria de Cardápios. Treinamento de serviços de atendimento. Análise financeira. Estruturação de áreas e pessoas.

► **Metodologias Propostas**

Aulas expositivas e dialogadas auxiliadas por recursos Audiovisuais. Leituras e estudos dirigidos. Sala de Aula Invertida. Aprendizagem Baseada em Projetos/Problemas. Participação em projetos junto aos diversos segmentos da sociedade que envolvam ações de responsabilidade social, cidadania e cultura, ciência, tecnologia e inovação.

► **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Trabalhos em grupo. Análise Resolução de Problemas acompanhado de rubrica de avaliação.

► **Bibliografia Básica**

- MARCONI, M.; LAKATOS, E. **Metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2017.
- OLIVEIRA, F. **Diagnóstico empresarial e gestão de projetos**. São Paulo: Senac, 2019.
- ROSA, J. **Consultoria: manual de iniciação**. 2. ed. São Paulo: JAR. Edições, 2019.

► **Bibliografia Complementar**

- BRITO, P. Análise e viabilidade de projetos de investimentos. São Paulo: Atlas, 2007.
- CAVALIERI, A. et al. **AMA: manual de gerenciamento de projetos**. Rio de Janeiro: Brasport, 2009.
- TORRES, C.; LELIS, J. C. **Garantia de sucesso em gestão de projetos**. Rio de Janeiro: Brasport, 2009.

6.6.7 – ING-216 – Inglês VI – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Desenvolver comunicação interpessoal, compreensão e interpretação em situações que envolvam expressão de ideias, negociação, análise e elaboração de documentos na língua-alvo, na área de atuação profissional.

► **Objetivos de Aprendizagem**

Interpretar e produzir textos orais e escritos, relacionados à vida pessoal, profissional e acadêmica. Elaborar, resumir e explicar documentos relacionados à atuação profissional, como relatórios, folhetos e material para o meio virtual. Participar de reuniões, discussões, entrevistas e apresentações orais com maior espontaneidade, polidez e encadeamento de ideias. Falar sobre possibilidades, necessidades, obrigações e permissões. Negociar, estabelecendo condições.

► **Ementa**





Aperfeiçoamento do uso das funções comunicativas da língua inglesa, por meio da compreensão e produção oral e escrita, com uso de repertório léxico-gramatical apropriado, com maior espontaneidade, abordando aspectos socioculturais, nos contextos pessoal, acadêmico, e na área de formação profissional.

► **Metodologias Propostas**

Aulas expositivas dialogadas, apresentações orais, dramatização (role-play), gamificação e atividades em pares/grupos.

► **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Avaliação Formativa - exercícios para prática e produção oral e escrita ao longo do curso (com feedback e plano de ações); Avaliação Somativa - provas ou trabalhos, individuais ou em grupo, que avaliem tanto a escrita e leitura, quanto a oralidade e compreensão auditiva.

► **Bibliografia Básica**

- HUGES, J. et al. **Business result:** pre-intermediate. Student's book with online practice. 2nd edition. New York: Oxford University Press, 2017.
- O'KEEFE, M. et al. **Business partner:** A2+. Coursebook with digital resources. São Paulo: Pearson Universidades, 2020.
- OXENDEN, C.; LATHAM-KOENIG, C. **American english:** file 2. Student's book Pk with online practice. 3rd edition. New York: Oxford University Press, 2019.

► **Bibliografia Complementar**

- CARTER, R.; NUNAN, D. **Teaching english to speakers of other languages.** Cambridge: Cambridge University Press, 2015.
- POWELL, M. et al. **In Company 3.0:** pre-intermediate. 3rd edition. São Paulo: Macmillan do Brasil, 2015.

6.6.8 – ESP-076 – Espanhol VI – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- Desenvolver comunicação interpessoal, compreensão e interpretação em situações que envolvam expressão de ideias, negociação, análise e elaboração de documentos na língua-alvo, na área de atuação profissional.

► **Objetivos de Aprendizagem**

Compreender e expressar ideias em uma conversação mais extensa sobre assuntos habituais, pessoais e profissionais. Elaborar, resumir e explicar documentos relacionados à atuação profissional, como relatórios, folhetos e material para o meio virtual. Participar de reuniões, discussões, entrevistas e apresentações orais com maior espontaneidade, polidez e encadeamento de ideias. Manter uma interação e se fazer entender em variadas situações cotidianas, expressando acordo e desacordo. Formular perguntas e respostas mais elaboradas e detalhadas. Resumir um assunto, explicar e defender opiniões de forma mais clara e independente.

► **Ementa**

Aperfeiçoamento das habilidades de compreensão e produção oral e escrita, atendendo às especificidades acadêmico-profissionais da área e abordando aspectos socioculturais da língua. Uso das funções comunicativas e de repertório léxico-gramatical apropriado, nos contextos pessoal, acadêmico, e na área de formação profissional. Reconhecimento dos contrastes entre o português e o espanhol. Respeito à cultura e liderança organizacional nos países hispano-falantes.





▸ **Metodologias Propostas**

Aulas expositivas dialogadas, apresentações orais, dramatização (role-play), gamificação e atividades em pares/grupos).

▸ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Avaliação Formativa - exercícios para prática e produção oral e escrita ao longo do curso (com feedback e plano de ações); Avaliação Somativa - provas ou trabalhos, individuais ou em grupo, que avaliem tanto a escrita e leitura, quanto a oralidade e compreensão auditiva.

▸ **Bibliografia Básica**

- CASTRO, F. **Uso de la gramática española**: nivel avanzado. Nueva edición. Madrid: Edelsa, 2020.
- FERNÁNDEZ, A. N.; PROST, G. N. **Al dí@**: curso superior de español para los negocios. Madrid: SGEL, 2009.
- PRADA, M.; MARCÉ, P. **Entorno laboral**: nivel A1/B1. Español lengua extranjera. Edición ampliada. Madrid: Edelsa, 2017.

▸ **Bibliografia Complementar**

- MARCÉ, P.; PRADA, M. **Comunicación eficaz para los negocios**. Madrid: Edelsa, 2019.
- PRADA, M.; BOVET, M.; MARCÉ, P. **Entorno turístico**: nivel B1/B2. Edelsa: Madrid, 2016.



7. Outros Componentes Curriculares

7.1 Trabalho de Graduação

[X] Previsão deste componente no CST em Gestão de Empreendimentos Gastronômicos.

Sigla	Total de horas	Obrigatoriedade
TGG-001 e TGG-002	160 horas	Obrigatório a partir do 5º Semestre

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Realizar uma pesquisa científica, na área de atuação profissional, proporcionada pelo CST em processo de conclusão;
- ▶ Analisar e interpretar dados e informações com base em estatísticas, projeções, tendências e consulta a profissionais especializados na área;
- ▶ Implementar a inovação e a criatividade;
- ▶ Desenvolver e gerenciar projetos;
- ▶ Evidenciar o uso do pensamento crítico.

Objetivos de Aprendizagem

Identificar e aplicar os tipos de pesquisa e métodos científicos de acordo com a proposta do curso. Realizar pesquisa científica e tecnológica, de acordo com normas aplicáveis. Realizar a entrega do produto de sua pesquisa.

Ementa

Articulação entre teoria e prática com o desenvolvimento de atividade de estudo, pesquisa, envolvendo conhecimentos e atividades da área do curso, devidamente orientados pelo docente.

Bibliografia Básica

- OLIVO, S.; LIMA, M. C. Estágio supervisionado e trabalho de conclusão de curso. São Paulo: Thomson Pioneira, 2006.
- PRONCHIROLLI, O.; PONCHIROLLI, M. Métodos para produção do conhecimento. 1.ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- RITTO, A.C.A. Metodologia para a produção do conhecimento: socialmente robusto. 1. ed. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2010.

Bibliografia Complementar

- GOMES, J. Elaboração e análise de viabilidade econômica de projetos. São Paulo: Atlas, 2013.
- KUSTER, E; KUSTER, F. **Projetos empresariais**: elaboração e análise de viabilidade. Curitiba: Juruá, 2013.



7.2 Estágio Curricular Supervisionado

[X] Previsão deste componente no CST em Gestão de Empreendimentos Gastronômicos.

Sigla	Total de horas	Obrigatoriedade
EGG-001	240 horas	Obrigatório a partir do 4º Semestre

Objetivos de Aprendizagem

Dentro do setor de Tecnologia em Gestão de Empreendimentos Gastronômicos, o aluno será capaz de desenvolver habilidades para analisar situações; resolver problemas e propor mudanças no ambiente profissional; buscar o aperfeiçoamento pessoal e profissional, na aproximação dos conhecimentos acadêmicos com as práticas de mercado; vivenciar as organizações e saber como elas funcionam; perceber a integração da faculdade/empresa/comunidade, identificando-se com novos desafios da profissão, ampliando os horizontes profissionais oferecidos pelo mundo do trabalho.

Ementa

O Estágio Curricular Supervisionado complementa o processo de ensino-aprendizagem através da aplicação dos conhecimentos adquiridos no CST em Gestão de Empreendimentos Gastronômicos em situações reais no desempenho da futura profissão. O discente realiza atividades práticas, desenvolvidas em ambientes profissionais, sob orientação e supervisão de um docente da faculdade e um responsável no local de estágio. Equiparam-se ao estágio as atividades de extensão, de monitoria, iniciação científica e/ou desenvolvimento tecnológico e inovação* na Educação Superior, desenvolvidas pelo estudante.

* As atividades de pesquisa aplicada desenvolvidas em projetos de iniciação científica e/ou iniciação em desenvolvimento tecnológico e inovação, se executadas, podem ser equiparadas como Estágio Curricular ou como Trabalho de Graduação, desde que sejam comprovadas, no mínimo, as cargas horárias totais respectivas a cada atividade, sem haver sobreposição.

Bibliografia Básica

- OLIVEIRA, R. **Estágio curricular supervisionado**: horas de parceria escola-universidade. São Paulo: Paco Editorial, 2011.
- OLIVO, S; LIMA, M. C. **Estágio supervisionado e trabalho de conclusão de curso**. São Paulo: Thomson Pioneira, 2006.
- ZABALZA, M. O estágio e as práticas em contextos profissionais na formação universitária. São Paulo: Cortez, 2015.

Bibliografia Complementar

- BUDEL, L; FARIA, S. Cenários de inovação no mercado de gastronomia e nutrição. São Paulo: Senac, 2021.
- CRUZ, B; KARLZ, T. **Gastronomia e extensão**. Curitiba: CRV, 2020.



8. Quadro de Equivalências (em caso de reestruturação)

O Quadro de equivalências é utilizado somente quando o curso passa por reestruturação e quando se verifica a necessidade de apontar a equivalência entre componentes curriculares.

No CST em Gestão de Empreendimentos Gastronômicos, não são previstas equivalências de carga horária entre matrizes curriculares.





9. Perfis de Qualificação

9.1 Corpo Docente

Para o exercício do magistério nos cursos de Educação Profissional Tecnológica de Graduação, a resolução CNE de nº1 (BRASIL, 2021) prevê que o docente deve possuir a formação acadêmica exigida para o nível superior, nos termos do art. 66 da Lei de nº 9394 (BRASIL, 1996).

A qualificação do corpo docente do CST em Gestão de Empreendimentos Gastronômicos atende o disposto no art. 1º, incisos I, II, e 1º da Deliberação CEE de nº 145, prevendo professores portadores de diploma de pós-graduação *stricto sensu*, obtidos em programas reconhecidos ou recomendados na forma da lei, e portadores de certificado de especialização em nível de pós-graduação na área da disciplina que pretendem lecionar. Além do perfil de qualificação supracitados, para os professores de disciplinas profissionalizante exige-se experiência profissional relevante na área que se irá lecionar. (SÃO PAULO, 2016).

9.2 Auxiliar Docente e Técnicos-Administrativos

A qualificação dos auxiliares docente atente ao disposto previsto na Lei Complementar de nº 1044 (SÃO PAULO, 2008), conforme previsto no artigo 12, inciso III, em que o auxiliar docente necessita ser portador de diploma de formação em Educação Profissional Técnica de Nível Médio, com habilitação específica na área de atuação.

O corpo técnico-administrativos inerentes ao CST em Gestão de Empreendimentos Gastronômicos é composto por Diretor de Unidade de Ensino, Coordenador de Curso, Diretor de Serviço Acadêmico, Diretor de Serviço Administrativo, Auxiliar Administrativo e Bibliotecário.

9.2.1 Relação dos componentes com respectivas áreas

Para descrição da relação entre componentes curriculares e área, foi consultada a Tabela de Áreas, Versão 2.57.0, publicada em 14/02/2025.

Componente	Status	Áreas existentes
1º Semestre		
1 Técnicas de Nutrição e Higiene dos Alimentos	Novo componente	Nutrição Hotelaria e Alimentação
2 Fundamentos da Hospitalidade	Componente existente	Hotelaria e Alimentação Turismo e Lazer
3 Comunicação e Expressão I	Componente existente	Letras e Linguística
4 Gastronomia e Turismo	Componente existente	Hotelaria e Alimentação Turismo e Lazer
5 Território e Gastronomia	Novo componente	Ciências da terra Turismo e Lazer
6 Projeto Integrador I – Tipologia de Espaços Gastronômicos	Novo componente	Sem área específica: Componente profissional
7 Inglês I	Componente existente	Letras e Linguística
8 Espanhol I	Componente existente	Letras e Linguística
9 Economia Criativa	Novo componente	Administração e negócios Ciências Políticas e Econômicas
2º Semestre		
1 Métodos para produção do conhecimento	Componente existente	INTERDISCIPLINAR - Básica ou Profissionalizante





Projeto pe



Componente		Status	Áreas existentes
6	Harmonização	Novo componente	Hotelaria e Alimentação
7	Projeto Integrador V – Marketing	Novo componente	Sem área específica: Componente profissional
8	Inglês V	Componente existente	Letras e Linguística
9	Espanhol V	Componente existente	Letras e Linguística
6º Semestre			
1	Estudo de Viabilidade Econômico-Financeira	Novo componente	Contabilidade e Finanças Administração e Negócios Ciências Políticas e econômicas
2	Tendências Mercadológicas do mercado gastronômico	Novo componente	Hotelaria e Alimentação Turismo e Lazer
3	Gerenciamento da cadeia de suprimentos na Gastronomia	Novo componente	Administração e negócios Transportes e Serviços Hotelaria e Alimentação
4	Importação e Exportação de Alimentos e Bebidas	Novo componente	Administração e negócios
5	Empreendedorismo	Componente existente	Administração e negócios
6	Projeto Integrador VI – Modelos de Negócios e Projetos de Consultoria	Novo componente	Sem área específica: Componente profissional
7	Inglês VI	Componente existente	Letras e Linguística
8	Espanhol VI	Componente existente	Letras e Linguística





10. Infraestrutura Pedagógica

10.1 Resumo da infraestrutura disponível

O quadro a seguir resume a infraestrutura disponível para utilização do CST em Gestão de Empreendimentos Gastronômicos. O detalhamento, assim como a relação com os componentes curriculares estão adiante.

Qntd.	Laboratórios ou Ambientes	Localização	Especificações (capacidade, etc)
1	Auditório	Na unidade	284 lugares
1	Biblioteca	Na unidade	260 lugares
1	Laboratório de Informática Básica	Na unidade	Sala de informática com softwares pacote Office, Adobe, Gestão de Empreendimentos (caixa, estoque, reservas) com computadores para turmas de 40 alunos
3	Cozinha de Demonstração e Análise Sensorial	Outros	ETEC CAMARGO ARANHA/ ETEC CARLOS DE CAMPOS/ ETEC SANTA IFIGÊNIA Cozinha aparelhada e com instrumentos para turma de 40 alunos ¹
01	Laboratório de Turismo	Na unidade	Laboratório para planejamento e organização de atividades práticas extramuros – visitas técnicas, viagens, etc.

10.2 Laboratórios ou ambientes de aprendizagem associados ao desenvolvimento dos componentes curriculares

Tipo do laboratório ou ambiente Auditório		Localização Na unidade
Detalhamento XXXXX		
Componente		Semestre
▸ Todas as disciplinas		1º Semestre
▸ Todas as disciplinas		2º Semestre
▸ Todas as disciplinas		3º Semestre
▸ Todas as disciplinas		4º Semestre
▸ Todas as disciplinas		5º Semestre
▸ Todas as disciplinas		6º Semestre

Tipo do laboratório ou ambiente Biblioteca		Localização Na unidade
Detalhamento XXXXX		
Componente		Semestre
▸ Todas as disciplinas		1º Semestre
▸ Todas as disciplinas		2º Semestre
▸ Todas as disciplinas		3º Semestre
▸ Todas as disciplinas		4º Semestre
▸ Todas as disciplinas		5º Semestre
▸ Todas as disciplinas		6º Semestre

Tipo do laboratório ou ambiente Laboratório de Informática Básica		Localização Na unidade
Detalhamento XXXXX		
Componente		Semestre
▸ Métodos para produção de conhecimento		2º Semestre
▸ Tecnologia da Informação aplicada a empreendimentos gastronômicos		3º Semestre





▸ Estatística	3º Semestre
▸ Planejamento físico de espaços gastronômicos	4º.Semestre
▸ Gestão de Serviços de Alimentação	4º.Semestre
▸ Análise e Administração de Custos	5º.Semestre
▸ Estudo de Viabilidade Econômico-financeira	6º.Semestre
▸ Tendências Mercadológicas do mercado Gastronômico	6º.Semestre
▸ Importação de Alimentos e Bebidas	6º. Semestre
▸ Empreendedorismo	6º. Semestre

Tipo do laboratório ou ambiente		Localização
Cozinha de Demonstração e Análise Sensorial		Outros (vide detalhamento)
Detalhamento		
ETEC CAMARGO ARANHA/ ETEC SANTA IFIGÊNIA/ ETEC CARLOS DE CAMPOS		
Componente	Semestre	
▸ Técnicas de Nutrição e Higiene dos Alimentos	1º Semestre	
▸ Serviços de Sala e Bar	2º Semestre	
▸ Técnicas Básicas de Gastronomia	2º Semestre	
▸ Técnicas Gastronômicas Avançadas	3º.Semestre	
▸ Planejamento e Gestão de Cardápio Gastronômico	3º. Semestre	
▸ Harmonização	5º.Semestre	

Tipo do laboratório ou ambiente		Localização
Laboratório de Turismo		Na unidade
Detalhamento		
XXXXXXXXX		
Componente	Semestre	
▸ Fundamentos da Hospitalidade	1º Semestre	
▸ Gastronomia e Turismo	1º Semestre	
▸ Território e Gastronomia	1º Semestre	
▸ Planejamento e Organização de Eventos Gastronômicos	2º.Semestre	
▸ Cultura Gastronômica	4º. Semestre	

10.3 Apoio ao Discente

Conforme previsto em legislação, e com o objetivo de proporcionar aos discentes melhores condições de aprendizagem, a Fatec São Paulo - R-05 oferece programas de apoio discente, tais como: Recepção de calouros, atividades de nivelamento, programas de monitoria, programas de iniciação tecnológica, bolsas de intercâmbio, participação em centros acadêmicos, representação em órgãos colegiados e ouvidoria.





11. Referências

- BRASIL. Decreto nº 4281, de 25/06/2002. Regulamenta a Lei nº 9795, de 215 de abril de 1999, que institui a Política Nacional de Educação Ambiental, e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2002/d4281.htm Acesso em: 23 fev. 2022.
- BRASIL. Decreto nº 5626, de 22/12/2005. Regulamenta a Lei nº 10436, de 24 de abril de 2002, que dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais - Libras. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2005/decreto/d5626.htm Acesso em: 11 maio 2022.
- BRASIL. Lei nº 9394, de 20/12/1996. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19394.htm Acesso em: 02 mar. 2022.
- BRASIL. Lei nº 9795, de 215/04/1999. Dispõe sobre a educação ambiental, institui a Política Nacional de Educação Ambiental e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19795.htm Acesso em: 02 mar. 2022.
- BRASIL. Lei nº 10436, de 24/04/2002. Dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais - Libras e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110436.htm Acesso em: 11 maio 2022.
- BRASIL. Ministério da Educação. Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia. Brasília: MEC, 2016. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=98211-cnct-2016-a&category_slug=outubro-2018-pdf-1&Itemid=30192 Acesso em: 02 mar. 2022.
- BRASIL. Ministério da Educação. Resolução CNE/CP nº 1, de 05/01/2021. Define as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a Educação Profissional e Tecnológica. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=167931-rcp001-21&category_slug=janeiro-2021-pdf&Itemid=30192 Acesso em: 02 mar. 2022.
- BRASIL. Ministério da Educação. Resolução CNE/CP nº 7, de 18/12/2018. Estabelece as Diretrizes para a Extensão na Educação Superior Brasileira e regimenta o disposto na Meta 12.7 da Lei nº 13.005/2014, que aprova o Plano Nacional de Educação - PNE 2014-2024 e dá outras providências. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/secretaria-de-regulacao-e-supervisao-da-educacao-superior-seres/30000-uncategorised/62611-resolucoes-cne-ces-2018#:~:text=Resolu%C3%A7%C3%A3o%20CNE%2FCES%20n%C2%BA%207,2024%20e%20d%C3%A1%20outras%20provid%C3%A2ncias>. Acesso em: 28 fev. 2024.
- BRASIL. Ministério da Educação. Resolução CNE/CP nº 1, de 17/06/2004. Institui Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/res012004.pdf> Acesso em: 02 mar. 2022.
- BRASIL. Ministério da Educação. Classificação Brasileira de Ocupações. 2017. Disponível em: <http://cbo.maisemprego.mte.gov.br> Acesso em: 02 mar. 2022.
- CONSELHO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO (CEE). Deliberação CEE 207/2022, 13/04/2022. Fixa Diretrizes Curriculares para a Educação Profissional e Tecnológica no Sistema de Ensino do Estado de São Paulo. Disponível em: https://cesu.cps.sp.gov.br/wp-content/uploads/2022/06/Deliberacao-CEE_207-2022.pdf Acesso em 28 fev. 2024.
- CONSELHO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO (CEE). Deliberação CEE 216/2023, 06/09/2023. Dispõe sobre a curricularização da extensão nos cursos de graduação das Instituições de Ensino Superior vinculadas ao Sistema de Ensino do Estado de São Paulo. Disponível em: https://ww3.icb.usp.br/gra/wp-content/uploads/2023/10/Deliberacao_CEE_n216_2023.pdf.pdf Acesso em 28 fev. 2024.
- CEETEPS. Deliberação nº 12, de 14/12/2009. Aprova o Regulamento Geral dos Cursos de Graduação das Faculdades de Tecnologia do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – CEETEPS. Disponível em: https://cesu.cps.sp.gov.br/wp-content/uploads/2022/03/regulamento_geral_fatecs.pdf Acesso em: 02 mar. 2022.
- CEETEPS. Deliberação nº 31, de 215/09/2016. Aprova o Regimento das Faculdades de Tecnologia - Fatecs - do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – CEETEPS. Disponível em: https://cesu.cps.sp.gov.br/wp-content/uploads/2022/03/regimento_fatecs.pdf Acesso em: 02 mar. 2022.
- CEETEPS. Deliberação nº 70, de 16/04/2021. Estabelece as diretrizes para os cursos de graduação das FATECs do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – CEETEPS. Disponível em: https://www.imprensaoficial.com.br/DO/BuscaDO2001Documento_11_4.aspx?link=%2f2021%2fexecutivo%2520secao%2520i%2fabril%2f16%2fpag_0060_3132249dd1158dad542517123687d84.pdf&pagina=60&data=16/04/2021&caderno=Executivo%20I&paginaordenacao=100060 Acesso em: 02 mar. 2022.





SÃO PAULO. Deliberação CEE nº 106, de 16/03/2011. Dispõe sobre prerrogativas de autonomia universitária ao Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – CEETEPS. Disponível em: <http://www.ceesp.sp.gov.br/ceesp/textos/2011/25-2011-DEL-106-2011-e-IND-109-2011.pdf> Acesso em: 02 mar. 2022.

SÃO PAULO. Deliberação CEE nº 145, de 215/07/2016. Fixa normas para a admissão de docentes para o exercício da docência em cursos de estabelecimentos de ensino superior, vinculados ao sistema estadual de ensino de São Paulo, e os percentuais de docentes para os processos de credenciamento, recredenciamento, autorização de funcionamento, reconhecimento e renovação de reconhecimento. Disponível em: <http://www.ceesp.sp.gov.br/ceesp/textos/2016/286-05-Del-145-16-Ind-150-16.pdf> Acesso em: 02 mar. 2022.

SÃO PAULO. Lei Complementar nº 1044, de 13/05/2008. Institui o Plano de Carreiras, de Empregos Públicos e Sistema Retributivo dos servidores do Centro Estadual de Educação Tecnológica "Paula Souza" - CEETEPS. Disponível em: <https://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/lei.complementar/2008/alteracao-lei.complementar-1044-13.05.2008.html> Acesso em: 08 mar. 2022.





12. Referências das especificidades locais

Referências CITADAS na construção deste PPC (não dos componentes)





13. Anexos

Orientações para definição de programas ou projetos das atividades de extensão:

Título	Difusão dos Empreendimentos Gastronômicos do Território – Projeto Integrador I
Temática	Apoio ao desenvolvimento socioeconômico do Território
Descrição	Esse projeto busca alinhar o conhecimento aplicado dos alunos e docentes ao Objetivo 8 das ODS 2030 que é “Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todas e todos”, sobremaneira ao subitem 8.3 que é “Promover políticas orientadas para o desenvolvimento que apoiem as atividades produtivas, geração de emprego decente, empreendedorismo, criatividade e inovação, e incentivar a formalização e o crescimento das micro, pequenas e médias empresas, inclusive por meio do acesso a serviços financeiros”. Nesse projeto, o docente irá orientar os alunos a realizar uma pesquisa dos empreendimentos gastronômicos no território (de entorno da Faculdade, da cidade ou outras localidades elencadas pela disciplina), buscando disseminar e apoiar a promoção dos empreendimentos gastronômicos locais, corroborando com a economia local. A partir da pesquisa sobre tipologias de empreendimentos gastronômicos, os alunos apresentarão conteúdos relacionados aos serviços oferecidos e sua relação com a temática de hospitalidade, turismo e gastronomia. A partir dessa pesquisa, serão produzidos conteúdos (textos, imagens e outras linguagens) para uso em redes digitais e sua disseminação entre a comunidade acadêmica e demais interlocutores que tenham contato com os canais de comunicação do curso de Gestão de Empreendimentos Gastronômicos. A partir do encerramento da disciplina, é possível criar conteúdos que promovam os empreendimentos e ressaltem características dos mesmo, corroborando com seu crescimento, fortalecimento e e crescimento econômico sustentável e inclusivo.
Objetivos	Aprimorar a promoção da cultura, gastronomia e hospitalidade do território. Enfatizar a relação da temática da hospitalidade, do turismo e dos saberes e fazeres gastronômicos com os empreendimentos pesquisados Apoiar as atividades produtivas, geração de emprego decente, empreendedorismo, criatividade e inovação
Carga horária	33 horas/ 40 horas-aula

Público-alvo	Comunidade externa a ser atendida (empreendedores, microempreendedores, agentes sociais, entidades do terceiro setor, profissionais do setor) que tenham ligação com a temática de empreendimentos gastronômicos.
Ações/Etapas de execução	Organizar grupos de discentes Definir território de pesquisa Mentorar pesquisas e organização de dados Apresentar dados internamente na disciplina Validar pesquisa e disseminar conhecimento (via canais de comunicação da unidade/curso)
Entregas	Pesquisa aplicada de Tipologia de Empreendimentos gastronômicos Difusão da pesquisa e conteúdos
Instrumentos e procedimentos de avaliação	Definir como o programa ou projeto será avaliado: Aluno – eficácia de realização – se cumpriu ou não cumpriu Programa ou projeto – pesquisa entregue e disseminada
Componente(s) curricular(es) envolvidos	Projeto Integrador I – Tipologia de Espaços Gastronômicos
Formas de evidência	Relatórios Parciais de acompanhamento da pesquisa Pesquisa final categorizada Publicações nas redes digitais

Título	Festival Gastronômico – Projeto Integrador II
Temática	Apoio ao desenvolvimento socioeconômico do Território
Descrição	Esse projeto busca alinhar o conhecimento aplicado dos alunos e docentes ao Objetivo 8 das ODS 2030 que é “Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todas e todos”, sobremaneira ao subitem 8.3 que é “Promover políticas orientadas para o desenvolvimento que apoiem as atividades produtivas, geração de emprego decente, empreendedorismo, criatividade e inovação, e incentivar a formalização e o crescimento das micro, pequenas e médias empresas, inclusive por meio do acesso a serviços financeiros”. Nesse projeto, o docente irá orientar os alunos a realizar um projeto real de evento para alavancar/auxiliar o desempenho de uma empresa/entidade do setor de hospitalidade. A partir das ferramentas de planejamento e organização de eventos, os alunos criarão um projeto real de evento, como forma de apoiar os empreendimentos atendidos. A partir dessa pesquisa, serão produzidos conteúdos (textos, imagens e outras linguagens) para uso em redes digitais e sua disseminação entre a comunidade acadêmica e demais interlocutores que tenham contato com os canais de comunicação do curso de Gestão de Empreendimentos Gastronômicos. A partir do encerramento da disciplina, é possível criar conteúdos que promovam os empreendimentos e ressaltem características dos mesmos, corroborando com seu crescimento, fortalecimento e crescimento econômico sustentável e inclusivo.
Objetivos	- Estruturar um projeto real de evento, de acordo com a identificação da demanda interna de uma organização a ser escolhida pelo grupo; - Utilizar o evento como ferramenta para melhoria das estratégias corporativas ou de áreas das corporações, empresas ou organizações do terceiro setor; - Proporcionar ao aluno a vivência prática da elaboração de um evento, desde a entrevista de levantamento do briefing, passando pela criação do conceito e os estudos para montagem e realização do evento; - Proporcionar ao aluno uma visão integrada na análise de situações empresariais das empresas e questões relacionadas com as disciplinas de Projeto Integrador II
Carga horária	33 horas/ 40 horas-aula
Público-alvo	Comunidade externa a ser atendida (empreendedores, microempreendedores, agentes sociais, entidades do terceiro setor, profissionais do setor) que tenham ligação com a temática de empreendimentos gastronômicos.
Ações/Etapas de execução	Realizar entrevista formal com um representante da empresa para elaboração do briefing do evento. Com base nos dados coletados durante a entrevista, o grupo deverá criar um evento capaz de proporcionar uma melhoria nos resultados de uma determinada

	área da empresa (vendas, recursos humanos, marketing, responsabilidade social, meio ambiente, atendimento ao cliente, assistência técnica etc.). A apresentação final da proposta de evento deverá conter os seguintes itens: 1) Nome da empresa 2) Nome do projeto 3) Data e horário de realização do evento proposto 4) Local de realização 5) Objetivos do evento: O que você quer alcançar, qual a demanda identificada a partir do briefing 6) Objetivos do negócio: Possíveis parceiros ou patrocínios 7) Objetivo desta comunicação: Esclarecer os pontos-chave do evento, a partir do briefing 8) Escopo do Projeto: Quais produtos serão entregues pelo evento. Ex.: Relatórios parciais, relatórios de acompanhamento, cobertura e clipping, cobertura fotográfica e audiovisual, criação de website e hotsite do evento, etc. 9) Público-Alvo: Descrição do público-alvo quantitativa e qualitativa 10) Conceituação do projeto: Detalhes relevantes do contexto e pesquisa de referenciais de outros projetos similares. Criação de logomarca para o evento 11) Planejamento detalhado de atividades de organização do evento – tarefas a serem executadas no pré/trans/pós, responsáveis e prazo para cada fase, de acordo com a data de elaboração do briefing e a data prevista do evento. Cronograma detalhado 12) Agenda do evento: Roteiro de todas as atrações e organização da agenda do(s) dia(s) do evento 13) Croqui do evento (não será necessária escala real): Deve incluir a apresentação da disposição do espaço, bem como fotos do local de realização 14) Recursos Materiais: Quais recursos materiais serão utilizados, incluindo decoração, serviços de A&B, atrações e entretenimento, folheteria, uniformes, serviços de segurança, RSVP, iluminação, som, receptivo, transfer e vallet service, locação de espaço, mobília, serviço de logística de montagem e desmontagem, cerimonial, limpeza, destino e descarte de resíduos, etc.) 15) Recursos Financeiros: Apontar 03 orçamentos para cada item registrado na lista de recursos materiais necessários, com indicação do melhor preço e apontamento do valor total a ser investido, bem como do nome e contato de cada fornecedor 16) Recursos Humanos: Organograma da equipe envolvida no projeto e suas funções, com nome e mini currículo de cada participante 17) Plano de Comunicação do Evento: Detalhamento de todas as fases do evento e das táticas para comunicação com participantes, além do apontamento da necessidade de uso de assessoria de imprensa, publicidade, fotografia e etc. 18) Modelo de Relatório Final de Evento a ser entregue ao cliente
Entregas	Definir com o grupo qual será a empresa a ser pesquisada; Realizar pesquisa na internet (site da empresa e outras fontes de

	dados primários e secundários; Desenvolver um roteiro de entrevista/briefing; Agendar a visita; Elaborar briefing; Diagnosticar área da empresa que pode ser melhorada de acordo com os relatos do interlocutor; Estruturar o projeto do evento; Estruturar forma de apresentação em stands no interior da FatecSP; Padronizar uniformes e comunicação do stand; Preparar o documento escrito que será entregue, bem como a apresentação em stand (banner e folheto); Montar e desmontar stand.
Instrumentos e procedimentos de avaliação	Definir como o programa ou projeto será avaliado: Aluno – eficácia de realização – se cumpriu ou não cumpriu 1º BIMESTRE Até 10 pontos Entrega dos itens 1 a 10 e participação das reuniões com a professora de PI II 2º BIMESTRE Até 10 pontos Entrega dos itens 11 a 18 e participação das reuniões com a professora de PI II Entrega do projeto final Apresentação (lúdica com criatividade - criando o ambiente de FESTIVAL GASTRONÔMICOS COM PROJETOS DE EVENTOS (com panfletos / banner / folders / organização/ postura / dinâmica) Programa ou projeto – Projeto real de evento apresentado à comunidade e ao empreendedor
Componente(s) curricular(es) envolvidos	Projeto Integrador II – Festival Gastronômico
Formas de evidência	Relatórios Parciais de acompanhamento Projeto final de evento elaborado Apresentação e entrega aos empreendedores atendidos Publicações nas redes digitais do curso

Título	Consultoria de Cardápio – Projeto Integrador III
Temática	Apoio ao desenvolvimento socioeconômico do Território
Descrição	Esse projeto busca alinhar o conhecimento aplicado dos alunos e docentes ao Objetivo 8 das ODS 2030 que é “Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todas e todos”, sobremaneira ao subitem 8.3 que é “Promover políticas orientadas para o desenvolvimento que apoiem as atividades produtivas, geração de emprego decente, empreendedorismo, criatividade e inovação, e incentivar a formalização e o crescimento das micro, pequenas e médias empresas, inclusive por meio do acesso a serviços financeiros”. Nesse projeto, o docente irá orientar os alunos a realizar uma consultoria de cardápio gastronômico para empreendimentos do território. Na ocasião, os grupos de alunos identificarão um negócio com potencial de análise e farão um trabalho de campo, entrevistando os empreendedores e posteriormente mapeando o cardápio gastronômicos nos aspectos de apresentação, organização da oferta, sazonalidade, estruturação e procedimentos operacionais relacionados à engenharia de cardápios. Ao final, os alunos apresentam os resultados da análise aos empreendimentos e os pontos onde há a oportunidade de melhoria e aprimoramento do negócio, caracterizando assim, a função de incentivar o crescimento das micro, pequenas e médias empresas.
Objetivos	- Identificar empreendimentos com potencial de análise e consultoria - Desenvolver um cardápio para diferentes empreendimentos gastronômicos - Realizar análise de cardápio gastronômico - Elaborar uma proposta de cardápio - Propor melhorias e aprimoramento de cardápios - Apresentar soluções e fomentar o desenvolvimento dos empreendimentos gastronômicos
Carga horária	67 horas/ 80 horas-aula
Público-alvo	Comunidade externa a ser atendida (empreendedores, microempreendedores, agentes sociais, entidades do terceiro setor, profissionais do setor) que tenham ligação com a temática de hospitalidade e da gastronomia
Ações/Etapas de execução	A organização e estruturação deste trabalho acadêmico deve seguir as normas ABNT para a entrega final impressa. Conforme a Estrutura a Seguir: CAPA SUMÁRIO INTRODUÇÃO CAPÍTULO 1 – Empreendimentos Gastronômicos Embasamento Teórico: Dissertar sobre a Tipologia do Empreendimento Gastronômico escolhido (A importância do estabelecimento para a sociedade).

	CAPÍTULO 2 – Gestão de Infraestrutura 2.1 Descrição da empresa (nome, área de atuação, logotipo, tipologia do empreendimento gastronômico, história). 2.2 Localização (Endereço) 2.3 Mapa de Localização 2.4 Descrição do bairro – comércio ou residencial 2.5 Dias e Horários de Funcionamento CAPÍTULO 3 - ANÁLISE DOS CONCORRENTES Pesquisar dois empreendimentos gastronômicos diretos e indiretos próximos da sua localização e fazer a análise desses concorrentes. 3.1 Concorrentes Diretos 3.2 Concorrentes Indiretos 3.3 Perfil do Consumidor: quem serão os clientes efetivos do seu empreendimento. CAPÍTULO 4 – O Empreendimento 4.1 Imóvel (esquina, meio do quarteirão... Mapa e Fotografia do Imóvel) 4.2 Estacionamento (Estacionamento Próprio, Parceria, Valet...) 4.3 Decoração – descrição do ambiente e fotografias como modelo (descrição com Fotografia) CAPÍTULO 5 – Produtos e Serviços 4.1 Sistema de Serviço 4.2 Número de Mesa e Assentos (Formatos de Mesas) 4.3 Capacidade de Atendimento 4.4 Serviços Oferecidos ao Cliente 4.5 Uniforme CAPÍTULO 6 – CARDÁPIO 6.1 Cardápio – Descrição com Preço 6.1.1 Entrada 6.1.2 Prato Principal 6.1.3 Sobremesa 6.1.4 Bebidas 6.2 O cálculo de quantidade (impressão) de cardápio 6.3 Tamanho da Porção CAPÍTULO 7 – CUSTOS DO CARDÁPIO 7.1 Ficha Técnica Operacional e Gerencial 7.2 Custos: Explicação do valor praticado e formação de preço CAPÍTULO 8 – ENGENHARIA DE CARDÁPIO 8.1 Cardápio – Sugestão de Melhoria do Cardápio (impresso) 8.2 Cardápio Digital (QRCode) 8.3 Sugestão de Melhoria para o Empreendimento CONSIDERAÇÕES FINAIS REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS
--	--



	Mencionar de onde foram extraídas todas as informações utilizadas para o desenvolvimento do trabalho. ANEXOS Fotos, gráficos, material de comunicação, brindes ou qualquer outro elemento gráfico que possa agregar valor na compreensão do trabalho. **APRESENTAÇÃO DO SEMINÁRIO Uma vez elaborado o cardápio, conforme descrição do empreendimento, a equipe deve se organizar para a apresentação na data estipulada pela professora orientadora, conforme plano de aula. Na apresentação a equipe deve ir representada para vender sua empresa, por isso deve ficar atenta: - Dress code (escolha da roupa, cor e cabelo); - Degustação - levar uma amostra (alimento e bebida) para a sala de degustação, na qual represente um dos pratos do seu empreendimento gastronômico.
Entregas	Definir com o grupo qual será a empresa a ser pesquisada; Realizar pesquisa na internet (site da empresa e outras fontes de dados primários e secundários); Desenvolver um roteiro de análise/ consultoria de cardápio Agendar a visita; Realizar análise do cardápio Estruturar o Menu Engineering Preparar apresentação/Seminário da consultoria de cardápio Preparar o trabalho escrito para entrega e apresentação aos empreendedores Enviar material do projeto de consultoria de cardápio
Instrumentos e procedimentos de avaliação	Definir como o programa ou projeto será avaliado: Aluno – eficácia de realização – se cumpriu ou não cumpriu A avaliação do semestre, terá valor corresponde a 10,0 (dez) pontos. Composta por várias atividades: ☐ Atividades Individuais e Grupo: o Visitas Técnicas com relatório: 3,0 pontos o Seminário – Apresentação do Menu Engineering: 3,0 pontos o Trabalho escrito do PI III – 4,0 pontos Programa ou projeto – Menu Engineering entregue ao parceiro (entidade ou empresa participante)



Componente(s)curricular(es) envolvidos	Projeto Integrador III – Engenharia de cardápios
Formas de evidência	Projetos entregues Apresentação dos projetos para as empresas pesquisadas



Título	Pesquisa de Mercado Gastronômico – Projeto Integrador IV
Temática	Apoio ao desenvolvimento socioeconômico do Território
Descrição	Esse projeto busca alinhar o conhecimento aplicado dos alunos e docentes ao Objetivo 8 das ODS 2030 que é “Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todas e todos”, sobremaneira ao subitem 8.3 que é “Promover políticas orientadas para o desenvolvimento que apoiem as atividades produtivas, geração de emprego decente, empreendedorismo, criatividade e inovação, e incentivar a formalização e o crescimento das micro, pequenas e médias empresas, inclusive por meio do acesso a serviços financeiros”. Nesse projeto, o docente irá orientar os alunos a realizar uma pesquisa de mercado em empreendimentos gastronômicos no território (de entorno da Faculdade, da cidade ou outras localidades elencadas pela disciplina), buscando disseminar e apoiar a promoção dos empreendimentos gastronômicos locais, corroborando com a economia local. Essa pesquisa terá duas saídas principais – perfil dos diferenciais de competitividade de negócios gastronômicos e aprimoramento dos perfis de frequentadores de restaurantes e segmentos. Em geral, a abordagem deve levar à realização de uma Pesquisa de Mercado e de Satisfação dos clientes seguindo uma Metodologia Qualitativa de Abordagem Descritiva – Experiencial (Pesquisa-Ação). A partir dessa pesquisa, serão produzidos conteúdos (textos, imagens e outras linguagens) para uso em redes digitais e sua disseminação entre a comunidade acadêmica e demais interlocutores que tenham contato com os canais de comunicação do curso de Gestão de Empreendimentos Gastronômicos. A partir do encerramento da disciplina, é possível criar conteúdos que promovam os empreendimentos, frequentadores e ressaltem características dos mesmos, corroborando com seu crescimento, fortalecimento e crescimento econômico sustentável e inclusivo.
Objetivos	Aprimorar a promoção da cultura, gastronomia e hospitalidade do território. Motivar, impulsionar e destacar perfis e características de negócios dos mais variados segmentos. Apoiar as atividades produtivas, geração de emprego decente, empreendedorismo, criatividade e inovação
Carga horária	67 horas/ 80 horas-aula
Público-alvo	Comunidade externa a ser atendida (empreendedores, microempreendedores, agentes sociais, entidades do terceiro setor, profissionais do setor) que tenham ligação com a temática de empreendimentos gastronômicos.
Ações/Etapas de execução	Organizar grupos de discentes Definir território de pesquisa e empreendimento a ser pesquisado

	Mentorar pesquisas e organização de dados: pesquisa no mercado gastronômico - Estrutura, conteúdo e formatação. Objetivos, mercados locais e regionais, Natureza, objetivo, método e aplicação da pesquisa mercadológica. Conexão com os clientes e comportamento do consumidor. público, frequência em espaços gastronômicos, Motivações e meios para conhecimento de novos estabelecimentos, Gasto médio por pessoa entre outros aspectos. Apresentar dados internamente na disciplina Validar pesquisa e disseminar conhecimento (via canais de comunicação da unidade/curso)
Entregas	Pesquisa de mercado aplicada Empreendimentos gastronômicos Difusão da pesquisa e conteúdos
Instrumentos e procedimentos de avaliação	Definir como o programa ou projeto será avaliado: Aluno – eficácia de realização – se cumpriu ou não cumpriu Planejamento, desenvolvimento de uma pesquisa no mercado gastronômico Tabulação e Análise dos resultados. (fechamento) Programa ou projeto – pesquisa entrega e disseminada
Componente(s) curricular(es) envolvidos	Projeto Integrador IV – Pesquisa de mercado gastronômico
Formas de evidência	Relatórios Parciais de acompanhamento da pesquisa Tabulação final da Pesquisa Publicações nas redes digitais do curso

Título	Plano de Marketing para Empreendimentos Gastronômicos – Projeto Integrador V
Temática	Apoio ao desenvolvimento socioeconômico do Território
Descrição	Esse projeto busca alinhar o conhecimento aplicado dos alunos e docentes ao Objetivo 8 das ODS 2030 que é “Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todas e todos”, sobremaneira ao subitem 8.3 que é “Promover políticas orientadas para o desenvolvimento que apoiem as atividades produtivas, geração de emprego decente, empreendedorismo, criatividade e inovação, e incentivar a formalização e o crescimento das micro, pequenas e médias empresas, inclusive por meio do acesso a serviços financeiros”. Nesse projeto, o docente irá orientar os alunos a elaborarem um Plano de Marketing (phygital) para um empreendimento gastronômico do território (de entorno da Faculdade, da cidade ou outras localidades elencadas pela disciplina), buscando disseminar e apoiar a promoção dos empreendimentos gastronômicos locais, corroborando com a economia local. Esse Plano de Marketing deverá evidenciar as estratégias, táticas e o operacional (previsão de investimentos e contratações a serem realizadas) para a consolidação do plano de marketing estabelecido. A partir desse plano de marketing, serão produzidos conteúdos (textos, imagens e outras linguagens) para uso em redes digitais e sua disseminação entre a comunidade acadêmica e demais interlocutores que tenham contato com os canais de comunicação do curso de Gestão de Empreendimentos Gastronômicos. A partir do encerramento da disciplina, é possível criar um Plano de Marketing real para promover empreendimentos, que ressalte características dos mesmos, corroborando com seu crescimento, fortalecimento e crescimento econômico sustentável e inclusivo.
Objetivos	Aprimorar a promoção da cultura, gastronomia e hospitalidade do território. Motivar, impulsionar e destacar perfis e características de negócios dos mais variados segmentos. Elaborar um Plano de Marketing real para um empreendimento gastronômico Apoiar as atividades produtivas, geração de emprego decente, empreendedorismo, criatividade e inovação
Carga horária	66 horas/ 80 horas-aula
Público-alvo	Comunidade externa a ser atendida (empreendedores, microempreendedores, agentes sociais, entidades do terceiro setor, profissionais do setor) que tenham ligação com a temática de empreendimentos gastronômicos.
Ações/Etapas de execução	Organizar grupos de discentes

	Definir território de pesquisa e empreendimento a ser pesquisado Mentorar o desenvolvimento do Plano de Marketing real para um empreendimento gastronômico. Acompanhar as etapas, as estratégias definidas e estruturar um Plano de Marketing Phygital Estratégico, Tático e Operacional. Apresentar dados internamente na disciplina Validar projeto com os empreendedores e disseminar conhecimento (via canais de comunicação da unidade/curso)
Entregas	Plano de Marketing Phygital – em nível estratégico, tático e operacional Difusão do projeto e conteúdos
Instrumentos e procedimentos de avaliação	Definir como o programa ou projeto será avaliado: Aluno – eficácia de realização – se cumpriu ou não cumpriu Planejamento, desenvolvimento de um Plano de Marketing para empreendimento gastronômico Programa ou projeto – Plano de Marketing entregue e disseminado
Componente(s) curricular(es) envolvidos	Projeto Integrador V – Marketing
Formas de evidência	Relatórios Parciais de acompanhamento do projeto Plano de Marketing Phygital - Estratégico, Tático e Operacional Publicações nas redes digitais do curso

Título	Modelos de Negócios e Projetos de Consultoria – Projeto Integrador VI
Temática	Apoio ao desenvolvimento socioeconômico do Território
Descrição	Esse projeto busca alinhar o conhecimento aplicado dos alunos e docentes ao Objetivo 8 das ODS 2030 que é “Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego

	pleno e produtivo e trabalho decente para todas e todos”, sobremaneira ao subitem 8.3 que é “Promover políticas orientadas para o desenvolvimento que apoiem as atividades produtivas, geração de emprego decente, empreendedorismo, criatividade e inovação, e incentivar a formalização e o crescimento das micro, pequenas e médias empresas, inclusive por meio do acesso a serviços financeiros”. Nesse projeto, o docente irá orientar os alunos a elaborarem um Plano de Negócios ou Plano de Desenvolvimento Institucional (consultoria) para um empreendimento gastronômico do território (de entorno da Faculdade, da cidade ou outras localidades elencadas pela disciplina), buscando disseminar e apoiar a promoção dos empreendimentos gastronômicos locais, corroborando com a economia local. Nessa etapa do curso, os alunos poderão abordar diferentes temáticas da gestão do negócio, de acordo com o repertório das disciplinas já cursadas. A partir desse Plano de Negócios (consultoria ou novo negócio), serão produzidos conteúdos (textos, imagens e outras linguagens) para uso em redes digitais e sua disseminação entre a comunidade acadêmica e demais interlocutores que tenham contato com os canais de comunicação do curso de Gestão de Empreendimentos Gastronômicos. A partir do encerramento da disciplina, é possível criar um Plano de Negócios, Plano de Desenvolvimento Institucional ou até um Estudo de caso real para promover empreendimentos, corroborando com seu crescimento, fortalecimento e crescimento econômico sustentável e inclusivo.
Objetivos	Aprimorar a promoção da cultura, gastronomia e hospitalidade do território. Motivar, impulsionar e destacar perfis e características de negócios dos mais variados segmentos. Elaborar um Plano Negócios ou Desenvolvimento Institucional real para um empreendimento gastronômico Apoiar as atividades produtivas, geração de emprego decente, empreendedorismo, criatividade e inovação
Carga horária	67 horas/ 80 horas-aula
Público-alvo	Comunidade externa a ser atendida (empreendedores, microempreendedores, agentes sociais, entidades do terceiro setor, profissionais do setor) que tenham ligação com a temática de empreendimentos gastronômicos.
Ações/Etapas de execução	Organizar grupos de discentes Definir território de atendimento e empreendimento a ser pesquisado Mentorar o desenvolvimento do Plano de Negócios real para um empreendimento gastronômico. Acompanhar as etapas, as

	estratégias definidas e estruturar um Relatório Final de Consultoria, Plano de Negócios ou Estudo de Caso. Apresentar dados internamente na disciplina Validar projeto com os empreendedores e disseminar conhecimento (via canais de comunicação da unidade/curso)
Entregas	Plano de Negócios ou de Desenvolvimento Institucional – em nível estratégico, tático e operacional e de variadas áreas da gestão. Difusão do projeto e conteúdos
Instrumentos e procedimentos de avaliação	Definir como o programa ou projeto será avaliado: Aluno – eficácia de realização – se cumpriu ou não cumpriu Planejamento, desenvolvimento de um Plano de Negócios ou Desenvolvimento Institucional para empreendimento gastronômico Programa ou projeto – Projeto entregue e disseminado
Componente(s) curricular(es) envolvidos	Projeto Integrador VI – Modelos de Negócios e Projetos de Consultoria
Formas de evidência	Relatórios Parciais de acompanhamento do projeto Plano de Negócios, Plano de Desenvolvimento Institucional ou Estudo de Caso Publicações nas redes digitais do curso



DIÁRIO OFICIAL DO ESTADO DE SÃO PAULO

Publicado na Edição de 16 de maio de 2025 | Caderno Executivo | Seção Atos Normativos

Despacho do Presidente, nº 11/2025 - CD, de 15 de maio de 2025

O Conselho Deliberativo do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, em sua 644ª Sessão, realizada em 15/05/2025, com fundamento no item VIII, do artigo 8º do Regimento do CEETEPS, aprovado pelo Decreto 58.385, de 13-09-2012, aprova os seguintes Pareceres:

CD - 154/2025 - Processo SEI 136.00060189/2025-39 - Adequação de Projetos Pedagógicos de Cursos Superiores de Tecnologia do eixo tecnológico de **Ambiente e Saúde**, em atendimento às diretrizes de curricularização de extensão, das Faculdades de Tecnologia - Fatecs do CEETEPS, a seguir elencadas:

- Fatec Jaboticabal - Curso Superior de Tecnologia em Gestão Ambiental;
- Fatec Barretos - Curso Superior de Tecnologia em Gestão Hospitalar;
- Fatec Bauru - Curso Superior de Tecnologia em Gestão Hospitalar;
- Fatec Jacareí - Curso Superior de Tecnologia em Meio Ambiente e Recursos Hídricos;
- Fatec Jahu - Curso Superior de Tecnologia em Meio Ambiente e Recursos Hídricos.

CD - 155/2025 - Processo SEI 136.00060194/2025-41 - Adequação de Projeto Pedagógico de Curso Superior de Tecnologia do eixo tecnológico de **Produção Alimentícia**, em atendimento às diretrizes de curricularização de extensão, da Faculdade de Tecnologia - Fatec do CEETEPS, a seguir elencada:

- Fatec Piracicaba - Curso Superior de Tecnologia em Alimentos.

CD - 156/2025 - Processo SEI 136.00060196/2025-31 - Adequação de Projetos Pedagógicos de Cursos Superiores de Tecnologia do eixo tecnológico de **Turismo, Hospitalidade e Lazer**, em atendimento às diretrizes de curricularização de extensão, das Faculdades de Tecnologia - Fatecs do CEETEPS, a seguir elencadas:

- Fatec Barueri - Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Eventos;
- Fatec Cruzeiro - Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Eventos;
- Fatec Jundiaí - Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Eventos;
- Fatec São Paulo - Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Empreendimentos Gastronômicos;
- Fatec São Roque - Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Empreendimentos Gastronômicos;
- Fatec São Paulo - Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo;
- Fatec São Roque - Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo.

CD - 157/2025 - Processo SEI 136.00060198/2025-20 - Adequação de Projetos Pedagógicos de Cursos Superiores de Tecnologia do eixo tecnológico de **Recursos Naturais**, em atendimento às diretrizes de curricularização de extensão, das Faculdades de Tecnologia – Fatecs do CEETEPS, a seguir elencadas:

- Fatec Botucatu - Curso Superior de Tecnologia em Agronegócio;
- Fatec Presidente Prudente - Curso Superior de Tecnologia em Agronegócio;
- Fatec São José do Rio Preto - Curso Superior de Tecnologia em Agronegócio;
- Fatec Taquaritinga - Curso Superior de Tecnologia em Agronegócio;
- Fatec Pompeia - Curso Superior de Tecnologia em Mecanização em Agricultura de Precisão;
- Fatec Presidente Prudente - Curso Superior de Tecnologia em Produção Agropecuária.

CD - 158/2025 - Processo SEI 136.00060199/2025-74 - Adequação de Projetos Pedagógicos de Cursos Superiores de Tecnologia do eixo tecnológico de **Produção Cultural e Design**, em atendimento às diretrizes de curricularização de extensão, das Faculdades de Tecnologia – Fatecs do CEETEPS, a seguir elencadas:

- Fatec Barueri - Curso Superior de Tecnologia em Design de Mídias Digitais;
- Fatec Carapicuíba - Curso Superior de Tecnologia em Design de Mídias Digitais;
- Fatec Americana - Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda.

CD - 159/2025 - Processo SEI 136.00060200/2025-61 - Adequação de Projetos Pedagógicos de Cursos Superiores de Tecnologia do eixo tecnológico de **Infraestrutura**, em atendimento às diretrizes de curricularização de extensão, das Faculdades de Tecnologia – Fatecs do CEETEPS, a seguir elencadas:

- Fatec Votorantim - Curso Superior de Tecnologia em Controle de Obras;
- Fatec Baixada Santista - Curso Superior de Tecnologia em Gestão Portuária;
- Fatec Jahu - Curso Superior de Tecnologia em Sistemas Navais;
- Fatec Barueri - Curso Superior de Tecnologia em Transporte Terrestre.

Governo do Estado de São Paulo
Centro Paula Souza
Grupo Acadêmico Pedagógico

DESPACHO

Nº do Processo: 136.00083764/2025-71

Interessado: 002 - Fatec de São Paulo - Bom Retiro/SP - Diretoria

Assunto: PPC com a curricularização da extensão - CST em G.de Empreendimentos Gastronômicos - Fatec São Paulo

À vista da **aprovação** do Egrégio Conselho Deliberativo deste Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza - CEETEPS, por meio do Parecer CD nº **156/2025** publicado no Diário Oficial do Estado de São Paulo em 16 de maio de 2025, para Adequação de Projetos Pedagógicos de Cursos Superiores de Tecnologia do eixo tecnológico de **Turismo, Hospitalidade e Lazer**, referente ao **Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Empreendimentos Gastronômicos da Fatec São Paulo**, em atendimento às diretrizes de curricularização de extensão.

Encaminhamos os autos para ciência e demais providências.

São Paulo, na data da assinatura digital.

Priscila Praxedes Garcia
Coordenadora de Projetos

Diretrizes Pedagógicas, Análise e Formulação de Currículos
Departamento Acadêmico Pedagógico
Unidade do Ensino Superior de Graduação - CESU



Documento assinado eletronicamente por **Priscila Praxedes Garcia, Coordenador de Projeto**, em 05/06/2025, às 10:01, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no [Decreto Estadual nº 67.641, de 10 de abril de 2023](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.sp.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0069840909** e o código CRC **43D8FD14**.