



**PROCESSO SELETIVO PARA
PROFESSORES DO ENSINO SUPERIOR**

Editais nº 002/2020

“ANEXOS”

ANEXO 1

UNIDADE:	Campus Campos do Jordão	Nº RP:
MODALIDADE:	Graduação	
CURSO:	Tecnologia em Gastronomia	Para uso do Senac
DISCIPLINA:	Cozinha Asiática	Código Orçamentário
CH (SEMANAL):	1	
PERÍODO DO CURSO:	4º	Para uso do Senac

HORÁRIO			DIAS DA SEMANA					OBSERVAÇÃO
18:00	às	18:50	3ª					Disciplina Modular

EMENTA: (CONSTANTE NO PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO)

Aplica técnicas em preparações culinárias da cozinha asiática, abordando questões históricas, ambientais, geográficas, culturais e sociais das regiões e etnias envolvidas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CWIERTKA, K. J. Moderna cozinha japonesa: comida, poder e identidade nacional. São Paulo: Senac, 2008.
 GAYOSO, A. C. Sushi Leblon. Rio de Janeiro: Senac, 2006.
 LAROUSSE DA COZINHA DO MUNDO. Ásia e Oceania. São Paulo: Larousse do Brasil, 2005.

PERFIL DO CANDIDATO

Graduação em Gastronomia ou Hotelaria com pós-graduação em hotelaria, turismo, hospitalidade, administração ou educação. Experiência em cozinha asiática ou como docente do ensino superior.

PROVA DIDÁTICA

Aula teste: Aspectos sócios culturais da culinária asiática: Principais produções e técnicas utilizadas
 Duração: 30 minutos
 Recursos disponíveis: Computador e Datashow

OBSERVAÇÃO

Disciplina Modular: Ocorrerá em 8 dias, conforme calendário.

ANEXO 2

UNIDADE:	Campus Santo Amaro	Nº RP:
MODALIDADE:	Graduação - EAD	
CURSO:	Tecnologia em Logística - EAD	Para uso do Senac
DISCIPLINA:	Gestão de Transporte e Infraestrutura	Código Orçamentário
CH (SEMANAL):	1	
PERÍODO DO CURSO:	3º	Para uso do Senac

HORÁRIO			DIAS DA SEMANA					OBSERVAÇÃO
20:00	às	20:50	3ª					Disciplina 100% EAD a ser cumprido presencialmente no Centro Universitário Santo Amaro.

EMENTA: (CONSTANTE NO PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO)

Articula conhecimentos relativos à infraestrutura dos meios de transportes e sua gestão, de modo a definir as alternativas e decisões que envolvem o transporte de insumos, materiais e produtos, tanto nos processos de aquisição como nos de distribuição na cadeia de suprimentos. Analisa os impactos sobre a competitividade das empresas e do país no âmbito local e internacional, propiciando a formação de uma visão crítica das limitações e oportunidades ligadas ao transporte e sua infraestrutura, contribuindo com a seleção mais adequada dos modais aos objetivos do negócio.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CAIXETA-FILHO, J. V.; MARTINS, R. S. Gestão logística do transporte de cargas. São Paulo: Atlas, 2007.
 KEEDI, S. Transportes, utilização e seguros internacionais de carga: prática e exercícios. São Paulo: Aduaneiras, 2009.
 VALENTE, A. M. Gerenciamento de transporte e frotas. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

PERFIL DO CANDIDATO

Graduação em Engenharia de Produção ou Administração de Empresas com Pós-graduação completa ou Graduação em outras áreas com Pós-graduação em Logística, Engenharia de Produção ou Administração.
 Experiência docente na modalidade presencial ou a distância e ter atuado na área de logística ou correlatas.

PROVA DIDÁTICA

Aula teste: Os desafios do transporte ferroviário no contexto brasileiro.
 Duração: 10 minutos
 Computador e Datashow. Uso de apresentação em PowerPoint é opcional, devendo, nesse caso, o(a) candidato(a) trazer sua apresentação em Pendrive.

OBSERVAÇÃO

ANEXO 3

UNIDADE:	Campus Santo Amaro	Nº RP:
MODALIDADE:	Graduação - EAD	
CURSO:	Tecnologia em Logística - EAD	Para uso do Senac
DISCIPLINA:	Previsão de Demanda, Planejamento de Vendas e Operações	Código Orçamentário
CH (SEMANAL):	1	
PERÍODO DO CURSO:	2º	Para uso do Senac

HORÁRIO			DIAS DA SEMANA					OBSERVAÇÃO
19:10	às	20:00	3ª					Disciplina 100% EAD a ser cumprido presencialmente no Centro Universitário Santo Amaro.

EMENTA: (CONSTANTE NO PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO)

Problematiza a importância das características da demanda e o seu compartilhamento de informações nos resultados do negócio. Analisa e discute dentro de um planejamento integrado e acordado (S&OP), com o suporte de técnicas de previsão adequadas, e que permitam projetar as necessidades e capacidades da empresa para atender aos objetivos do negócio.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BALLOU, R. H. Logística empresarial, transportes, administração de materiais e distribuição física. São Paulo: Atlas, 2011.
 TAYLOR, D. A.; FREIRE, C. Logística na cadeia de suprimentos: uma perspectiva gerencial. São Paulo: Pearson Addison-Wesley, 2005.
 WANKE, P. Previsão de vendas: processos organizacionais e métodos quantitativos e qualitativos. São Paulo: Atlas, 2006.

PERFIL DO CANDIDATO

Graduação em Engenharia de Produção ou Administração de Empresas, com Pós-graduação completa ou Graduação em outras áreas desde que possua Pós-graduação em Logística, Engenharia de Produção ou Administração.
 Experiência docente na modalidade presencial ou a distância e ter atuado na área de compras, logística ou correlatas.

PROVA DIDÁTICA

Aula teste: Técnicas de previsão de demanda.
 Duração: 10 minutos
 Recursos disponíveis: Computador e Datashow. Uso de apresentação em PowerPoint é opcional, devendo, nesse caso, o(a) candidato(a) trazer sua apresentação em Pendrive.

OBSERVAÇÃO

ANEXO 4

UNIDADE:	Campinas	Nº RP:
MODALIDADE:	Pós-Graduação - Lato Sensu	
CURSO:	Animação	Para uso do Senac
DISCIPLINA:	História e Estética da Arte em Animação	Código Orçamentário
CH (SEMANAL):	4	
PERÍODO DO CURSO:	1º	Para uso do Senac

HORÁRIO			DIAS DA SEMANA					OBSERVAÇÃO
08:30	às	12:05	Sáb					

EMENTA: (CONSTANTE NO PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO)

Apresenta a evolução das artes imagéticas em paralelo com a evolução das tecnologias relacionadas à animação e ao cinema, visando à crítica estética e identificação de estilos, linguagens, técnicas (2D, 3D, stop motion, etc.) e suas aplicações para o desenvolvimento e a produção de animações. Apresenta animações interativas e suas especificidades (games, web e aplicativos móveis).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CAVALIER, S. The world history of animation. University of Califórnia Press, 2011.
 FOSSATTI, C. L. Cinema de animação. Porto Alegre: Sulina, 2011
 LUCENA J. A. Arte da animação: técnica e estética através da história. São Paulo: Senac, 2001.

PERFIL DO CANDIDATO

Graduação em cursos na área de Humanas com Pós-graduação em Artes, Cinema, Áudio Visual ou Comunicação.
 Experiência como docente do ensino superior e no mercado de Animação, Artes e/ou Comunicação Visual.

PROVA DIDÁTICA

Aula teste: A História e a evolução da animação no Brasil
 Duração: 20 minutos
 Recursos disponíveis: Computador, Datashow e lousa eletrônica.

OBSERVAÇÃO

Profissional para docência e coordenação do Curso.

ANEXO 5

UNIDADE:	Campinas	Nº RP:
MODALIDADE:	Pós-Graduação - Lato Sensu	
CURSO:	Big Data	Para uso do Senac
DISCIPLINA:	Conceitos de Big Data	Código Orçamentário
CH (SEMANAL):	4	
PERÍODO DO CURSO:	1º	Para uso do Senac

HORÁRIO			DIAS DA SEMANA					OBSERVAÇÃO
08:30	às	12:05	Sáb					

EMENTA: (CONSTANTE NO PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO)

Fornecer uma visão geral de Big Data e seu papel atual no mundo corporativo, apresentando o vocabulário, princípios e aplicabilidades. Descrever os principais conceitos de Big Data e seus principais componentes, apresentando a governança de dados como seu fator primordial.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CEZAR, T. Big data. São Paulo: Brasport, 2013.
 DAVENPORT, T. H. Big data no trabalho. Rio de Janeiro: Campus, 2014.
 HURWITH, J.; KAUFMAN, M. Big data para leigos. Rio de Janeiro: Alta Books, 2015.

PERFIL DO CANDIDATO

Graduação em cursos da área de Tecnologia da Informação com Pós-graduação em Tecnologia da Informação.
 Experiência em coordenação de curso ou docência no ensino superior e em práticas de big data e analytics, modelagem estatística, business intelligence, desenvolvimento de sistemas, de banco de dados, em suporte técnico, redes, gerência, processos ou infraestrutura de tecnologia da informação.

PROVA DIDÁTICA

Aula teste: A governança estratégica por meio do uso de Big Data
 Duração: 20 minutos
 Recursos disponíveis: Computador, Datashow e lousa eletrônica.

OBSERVAÇÃO

Profissional para docência e coordenação do Curso.

ANEXO 6

UNIDADE:	Campinas	Nº RP:
MODALIDADE:	Pós-Graduação - Lato Sensu	
CURSO:	Inteligência de Mercado	Para uso do Senac
DISCIPLINA:	Gestão da Inteligência de Mercado	Código Orçamentário
CH (SEMANAL):	4	
PERÍODO DO CURSO:	1º	Para uso do Senac

HORÁRIO			DIAS DA SEMANA					OBSERVAÇÃO
08:30	às	12:05	Sáb					

EMENTA: (CONSTANTE NO PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO)

Aborda o papel da Inteligência de Mercado na empresa e sobre como estruturá-la. Aprofunda discussões sobre a Teoria de Tomada de Decisão, inclusive vieses cognitivos. Discute métodos para coleta de informações sobre competidores. Apresenta e treina os conceitos de contra inteligência, com a finalidade de garantir diferenciais competitivos às empresas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BARBIERI, C. BI–business intelligence: modelagem & tecnologia. Rio de Janeiro: Excel Books do Brasil, 2001.
 PASSOS, A. Inteligência competitiva: como fazer a IC acontecer em sua empresa. São Paulo: LCTE, 2009.
 TURBAN, E. et al. Business intelligence: um enfoque gerencial para a inteligência de mercado. Porto Alegre: Bookman, 2009.

PERFIL DO CANDIDATO

Graduação em cursos na área de Humanas com Pós-graduação em Administração de empresas; Marketing; Ciências Sociais ou Economia. Experiência como docente do ensino superior e ter atuado em funções de liderança no mercado de Inteligência de Mercado, em empresas de consultoria, TI, pesquisa de mercado, agências de consultoria de desenvolvimento de estratégias ou pesquisas de consumo.

PROVA DIDÁTICA

Aula teste: Desafios para o profissional de Inteligência de Mercado visando garantir a competitividade das empresas.
 Duração: 20 minutos
 Recursos disponíveis: Computador, Datashow e lousa eletrônica.

OBSERVAÇÃO

ANEXO 7

UNIDADE:	Campinas	Nº RP:
MODALIDADE:	Pós-Graduação - Lato Sensu	
CURSO:	Práticas Integrativas e Complementares	Para uso do Senac
DISCIPLINA:	Introdução à Medicina Tradicional Chinesa	Código Orçamentário
CH (SEMANAL):	4	
PERÍODO DO CURSO:	1º	Para uso do Senac

HORÁRIO			DIAS DA SEMANA					OBSERVAÇÃO
08:30	às	12:05	Sáb					

EMENTA: (CONSTANTE NO PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO)

Apresenta uma visão geral da Medicina Tradicional Chinesa, situando seu contexto histórico e descrevendo seus componentes, como a acupuntura, a moxabustão, Gua-Shá, ventosa terapia, farmacologia, massagem, Chi Kung dentre outros. Expõe sinteticamente os sistemas epistemológicos que formam a base desse modelo, como a teoria do Yin-Yang, Cinco Elementos, Substâncias Fundamentais, fisiologia energética e os canais de acupuntura. Discute os conceitos de saúde, patologia e tratamento próprios desse modelo e os compara com o modelo ocidental, discutindo a legislação vigente do Ministério da Saúde, bem como as normas, conceitos éticos e regulatórios aplicados à atuação do profissional da área.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CHONGHUO, T. Tratado de medicina chinesa. São Paulo: Roca, 2011.
 FERRAZ, J. A.; BERGAMINI, M. C. P. Massoterapia: princípios e práticas orientais e ocidentais. São Paulo. Editora Senac São Paulo, 2017.
 MACIOCIA, G. Os fundamentos da medicina chinesa. São Paulo: Roca, 2007.

PERFIL DO CANDIDATO

Graduação em áreas da Saúde com Pós-graduação em Práticas Integrativas e Complementares, Medicina Tradicional chinesa, ou Acupuntura. Experiência como docente do ensino superior e no segmento de Práticas Integrativas e Complementares. Conhecimentos em práticas integrativas e complementares, Auriculoterapia chinesa, gua-sha ou ventosa terapia.

PROVA DIDÁTICA

Aula teste: Princípios e conceitos éticos da Medicina Tradicional Chinesa.
 Duração: 20 minutos
 Recursos disponíveis: Computador, Datashow e lousa eletrônica.

OBSERVAÇÃO

Profissional para docência e coordenação do Curso.

ANEXO 8

UNIDADE:	Lapa Scipião	Nº RP:
MODALIDADE:	Pós-Graduação - Lato Sensu	
CURSO:	Gestão da Comunicação em Mídias Digitais	Para uso do Senac
DISCIPLINA:	Comportamento do Consumidor	Código Orçamentário
CH (SEMANAL):	1	
PERÍODO DO CURSO:	1º	Para uso do Senac

HORÁRIO			DIAS DA SEMANA					OBSERVAÇÃO
13:00	às	13:50	Sáb					Disciplina Modular

EMENTA: (CONSTANTE NO PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO)

Ementa: Fundamenta os conceitos tradicionais sobre consumo e ciclo de compra (AIDA), contextualizando esse processo no universo das mídias digitais e, em especial, nos sites de comércio eletrônico e de comércio social. Aborda o comportamento do consumidor/usuário como parte relevante de projetos de comunicação transmidiática, discutindo as principais características que particularizam o novo consumidor; as gerações X, Y, Z e outras; os prosumers e advogados da marca.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CANCLINI, N. G. Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: UFRJ, 2005.
 GIGLIO, E. M. O comportamento do consumidor. São Paulo: Thomson Learning, 2005.
 TAPSCOTT, D. A Hora da geração digital. São Paulo: Nova Fronteira, 2010.

PERFIL DO CANDIDATO

Graduação em Comunicação Social, Publicidade e Propaganda ou Marketing com Pós-graduação em Comunicação ou Marketing.
 Experiência em docência e empresas de Comunicação e Marketing

PROVA DIDÁTICA

Aula teste: O comportamento do consumidor da Geração Z nas mídias digitais.
 Duração: 15 minutos
 Recursos disponíveis: Datashow e lousa.

OBSERVAÇÃO

ANEXO 9

UNIDADE:	Lapa Scipião	Nº RP:
MODALIDADE:	Pós-Graduação - Lato Sensu	
CURSO:	Gestão da Comunicação em Mídias Digitais	Para uso do Senac
DISCIPLINA:	Gestão de Projetos Digitais	Código Orçamentário
CH (SEMANAL):	1	
PERÍODO DO CURSO:	1º	Para uso do Senac

HORÁRIO			DIAS DA SEMANA					OBSERVAÇÃO
13:00	às	13:50	Sáb					Disciplina Modular

EMENTA: (CONSTANTE NO PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO)

Aborda as etapas de um projeto, tendo como base os conceitos do Project Manager Institute (PMI), adaptando-os ao contexto e especificidades da mídia digital e de seus principais interlocutores: empresas, agências e veículos. Elabora uma metodologia prática para o planejamento, a gestão e o acompanhamento pósimplantação, especificando os papéis e responsabilidades da equipe envolvida no gerenciamento de projetos em mídia digital.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DINSMORE, P. C. et al. Projetos brasileiros: casos reais de gerenciamento. Rio de Janeiro: Brasport, 2007.
 MAXIMIANO, A. C. A. Administração de projetos: como transformar ideias em resultados. São Paulo: Atlas, 2002.
 MOLINARI, L. Gestão de projetos: técnicas e práticas com ênfase em web. Rio de Janeiro: Erica, 2004.

PERFIL DO CANDIDATO

Graduação Comunicação Social, Publicidade e Propaganda ou Marketing com Pós-graduação em Comunicação ou Marketing.
 Experiência em docência e empresas de Comunicação e Mídias Digitais

PROVA DIDÁTICA

Aula teste: Etapas do projeto Digital
 Duração: 15 minutos
 Recursos disponíveis: Datashow e lousa.

OBSERVAÇÃO

ANEXO 10

UNIDADE:	Lapa Scipião	Nº RP:
MODALIDADE:	Pós-Graduação - Lato Sensu	
CURSO:	Gestão em Comunicação Integrada	Para uso do Senac
DISCIPLINA:	Planejamento de Comunicação Integrada	Código Orçamentário
CH (SEMANAL):	1	
PERÍODO DO CURSO:	1º	Para uso do Senac

HORÁRIO			DIAS DA SEMANA					OBSERVAÇÃO
13:00	às	13:50	Sáb					Disciplina Modular

EMENTA: (CONSTANTE NO PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO)

Discute a formulação de estratégia, do planejamento integrado e de suas etapas de realização, tendo como foco o melhor uso de recursos e os objetivos de comunicação da empresa. Fundamenta a importância do briefing (conjunto de informações do projeto), das técnicas e modelos de pesquisas (qualitativas, quantitativas e etnográficas) e do rastreamento do comportamento virtual para geração de conhecimento sobre os públicos. Aborda o posicionamento, os conceitos e ideias para a criação de mensagens, campanhas e ações de comunicação. Discute os processos e boas práticas na gestão de projetos, aplicados a projetos de comunicação e marketing.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CORRÊA, R. Comunicação integrada de marketing: uma visão global. São Paulo: Saraiva, 2006.
 MAXIMIANO, A. C. A. Administração de projetos: como transformar ideias em resultados. São Paulo: Atlas, 2008.
 PINHEIRO, D.; GULLO, J. Comunicação integrada de marketing. São Paulo: Atlas, 2009

PERFIL DO CANDIDATO

Graduação Comunicação Social, Publicidade e Propaganda ou Marketing, Mestrado em Comunicação ou Marketing, com experiência em docência e empresas de Comunicação e Marketing

PROVA DIDÁTICA

Aula-teste: A importância do Briefing para um bom planejamento de comunicação integrada.
 Duração: 15 minutos
 Recursos disponíveis: Datashow e lousa

OBSERVAÇÃO

ANEXO 11

UNIDADE:	Santo André	Nº RP:
MODALIDADE:	Pós-Graduação - Lato Sensu	
CURSO:	Gerenciamento de Projetos - Práticas do PMI	Para uso do Senac
DISCIPLINA:	Gerenciamento dos Recursos	Código Orçamentário
CH (SEMANAL):	4	
PERÍODO DO CURSO:	1º	Para uso do Senac

HORÁRIO			DIAS DA SEMANA					OBSERVAÇÃO
19:00	às	23:00	2ª					

EMENTA: (CONSTANTE NO PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO)

Proporciona o reconhecimento das entradas e saídas dos processos de gerenciamento dos recursos do projeto, das diferenças entre as ferramentas e técnicas recomendadas, aplicando as práticas recomendadas na elaboração dos documentos do projeto escolhido pelo aluno. Analisa o estudo de caso, comparando-o com o Guia PMBOK® e outros modelos, diferenciando-os e adequando a produção, conforme as necessidades específicas do projeto. Resulta na criação da documentação necessária para o gerenciamento dos recursos do projeto do aluno.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

LOCOSELLI, C. J.; ZENKER, M. R. Gerenciamento dos recursos humanos em projetos. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.
 PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE (PMI). Project Manager Competency Development Framework (PMCD) – Third Edition. Pensilvânia: Project Management Institute, 2017.
 PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE (PMI). Um guia do conhecimento em gerenciamento de projetos (Guia PMBOK®). Pensilvânia: Project Management Institute, 2017.

PERFIL DO CANDIDATO

Graduação em Administração, Gestão de Tecnologia da Informação ou Engenharia, com Pós-graduação ou Graduação em qualquer área com Pós-Graduação em Gestão de Projetos.
 Experiência como docente e gerente de projetos.
 Possuir certificado Project Management Professional (PMP)

PROVA DIDÁTICA

Aula teste: Visão Geral dos processos da área Gestão dos Recursos
 Duração: 15 minutos.
 Recursos Disponíveis: Computador com áudio e Datashow.

OBSERVAÇÃO

Profissional para docência e coordenação do Curso.