Faculdade Doctum de Vitória/ES

ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

ATELIÊ

TÉCNICO-CIENTÍFICO

Caderno de Resumos

1º Semestre de 2017

rede de ensino DOCTUM

www.doctum.edu.br

Noções de Direitos Humanos e Direitos Fundamentais

Os direitos humanos independem de previsão nas normas jurídicas, apesar de protegidos no direito internacional.

Os *direitos fundamentais* são também os direitos inerentes ao ser humano, mas diferem-se dos *direitos humanos* por uma característica de suma importância: a codificação daqueles direitos nos ordenamentos jurídicos.

Os direitos fundamentais estão inseridos e reconhecidos nas Constituições de cada Estado, daí a ideia de *fundamentalidade*

Podemos destacar que esses direitos são:

1. **fundados sobre o respeito pela dignidade e o valor de cada pessoa;**

2. **universais, no sentido de indistinção entre as pessoas;**

3. **Inalienáveis, pois ninguém pode ser privado de seus direitos humanos;**

4. **Indivisíveis, interdependentes e relacionados entre si. A ofensa aos direitos humanos, em sua menor proporção, ofenderá igualmente os demais;**

5. **Todos os direitos humanos devem, portanto, ser vistos como de igual importância, sendo igualmente essencial respeitar a dignidade e o valor de cada pessoa.**

SUMÁRIO

1º PERÍODO ____ *3*

A INTER-RELAÇÃO ENTRE OS ESPAÇOS URBANOS E RURAIS - A ELABORAÇÃO E CRIAÇÃO DE UM ESPAÇO DE CONVIVÊNCIA EDUCACIONAL COM REPRESENTAÇÕES DA VIDA NO CAMPO ____ **4**

ENTRE O BELO E O TRÁGICO - TECNOLOGIAS ENVOLVIDAS NA CONSTRUÇÃO DE PONTES E VIADUTOS QUE EXIBEM BELAS CONSTRUÇÕES E FATÍDICAS HISTÓRIAS ____ **5**

A ENGENHARIA DE PRODUÇÃO E A GESTÃO DE REDUÇÃO DAS PERDAS E DESPERDÍCIOS NO PROCESSO PRODUTIVO. ____ **6**

O AGRONEGÓCIO E A AGROINDÚSTRIA EM SUAS ETAPAS PRODUTIVAS E ECONÔMICAS NA AGRICULTURA ORGÂNICA DO ESPÍRITO SANTO ____ **7**

2º e 3º PERÍODOS ____ *8*

DOS YOUTUBERS AOS GRUPOS DE WHATSAPP: TECNOLOGIAS DE EDIÇÃO PARA CAMPANHAS SOCIAIS ____ **9**

MENSAGENS INSTANTÂNEAS MÓVEIS: WHATSAPP E SEU POTENCIAL PARA O DESENVOLVIMENTO DE PLANO DE NEGÓCIOS ____ **10**

BRANDING: COMO A OMO REVOLUCIONOU O MERCADO DE SABÃO EM PÓ ____ **11**

WHATSAPP PARA MELHORIA DE GESTÃO DE PROCESSOS: ESTUDO DE CASO EM UMA BIBLIOTECA ____ **12**

BRANDING E O IMPACTO EMOCIONAL DAS MÍDIAS TRADICIONAIS FRENTE AS REVOLUÇÕES ALCANÇADAS PELAS REDES SOCIAIS PARA AS ESTRATÉGIA DE CONSUMO ____ **13**

E-COMMERCE E AS ESTRATEGIAS DAS MÍDIAS SOCIAIS ____ **14**

ANÁLISE SWOT E DE INVESTIMENTO PARA IMPLEMENTAÇÃO DE NOVOS CURSOS DE ENGENHARIA: UMA VISÃO HUMANÍSTICA ____ **15**

1º PERÍODO

GDI

CURSO: Engenharia de Produção, Noturno – 1º Período –

ANO_SEMESTRE: 2017.1

A INTER-RELAÇÃO ENTRE OS ESPAÇOS URBANOS E RURAIS - A ELABORAÇÃO E CRIAÇÃO DE UM ESPAÇO DE CONVIVÊNCIA EDUCACIONAL COM REPRESENTAÇÕES DA VIDA NO CAMPO

Alam Vieira da Silva, Evandro Alves da Silva, Géssica da Silva Santos, Polyanne Brito da Silva, Sidney Robson de Oliveira e Prof[a]. Fabiola Vasconcellos Patta Sampaio

RESUMO

A busca por uma melhor qualidade de vida, representada por uma integração do homem como seu meio deve ser pensada dentro de um contexto que considere o processo de desenvolvimento humano, em todos os seus aspectos. Assim, torna-se pertinente que, desde a mais tenra idade, em especial no período escolar, se programe medidas que favoreçam tal desenvolvimento, haja vista tratar-se de um período privilegiado para a construção de estruturas cognitivas, afetivas e sociais, desde que adequadamente fomentadas. O estudo ora proposto se desenvolve a partir da construção, junto a um grupo de crianças e adolescentes e os respectivos profissionais de uma Unidade Educacional de um espaço de convivência rural, que contará com o cultivo de espécies agrícolas, um viveiro de borboletas, um orquidário, um minhocário, uma composteira, baias de animais de pequeno porte, mini pomar e horta medicinal. Para tanto o trabalho envolverá conhecimentos oriundos da ciência gronômica, da engenharia, da pedagogia e da nutrição. Segundo Mendonça (2012) um aspecto relevante quando se trabalha nesta perspectiva no ambiente escolar é a possibilidade de debates com questões inerentes ao meio ambiente, sustentabilidade e geração de renda para populações em condições de risco social e econômico. Os fundamentos pedagógicos desse trabalho constituem a Ecopedagogia e a Educação Contextualizada.

GDI

CURSO: Engenharia de Produção, Noturno – 1º Período –

ANO_SEMESTRE: 2017.1

ENTRE O BELO E O TRÁGICO - TECNOLOGIAS ENVOLVIDAS NA CONSTRUÇÃO DE PONTES E VIADUTOS QUE EXIBEM BELAS CONSTRUÇÕES E FATÍDICAS HISTÓRIAS

Fábio Simas Coelho, Reidson Dias Rocha Correia, Mickeias Nicolas Mota Patricio, Laís Dias Souza, Lavinia Teles de Souza Bello, Elismeire Silva Ramalho e Prof[a]. Fabiola Vasconcellos Patta Sampaio

RESUMO

As pontes e viadutos de nossas rodovias e vias urbanas, conhecidas em conjunto pelo termo “obras de arte viárias”, formam uma parcela crítica da nossa infraestrutura. A construção de uma ponte é necessária cada vez que temos que cruzar um obstáculo natural de grande porte, que seria intransponível sem ela. Dessa forma, elas reduzem significativamente as distâncias e permitem que o sistema viário (as artérias pelas quais se comunicam nossas cidades e por onde passa a maior parte do nosso comércio) seja formado e otimizado. É importante destacar que o projeto desse tipo de estrutura demanda conhecimentos especiais, mais amplos que os necessários para o cálculo de edifícios. Cada obra de arte é única, seja pela sua forma seja pela sua inserção em um determinado ponto do sistema viário. Portanto, embora haja princípios gerais de projeto, é necessário encontrar qual a melhor e mais elegante solução para cada situação e descobrir possíveis procedimentos técnicos de fiscalização e projetos de barreiras impeditivas de suicídios nestas obras arquitetônicas. Para este estudo, será tomado como objeto de análise a Terceira Ponte que liga a Cidade de Vitória e de Vila velha.

GDI

CURSO: Engenharia de Produção, Noturno – 1º Período –

ANO_SEMESTRE: 2017.1

A ENGENHARIA DE PRODUÇÃO E A GESTÃO DE REDUÇÃO DAS PERDAS E DESPERDÍCIOS NO PROCESSO PRODUTIVO.

Anny Gabriely de Oliveira, Raissa Ravena Costa Moraes, Tiago Andrade Arrigone Jhordana Silva Donato, Jeferson Nascimento de Souza e Prof[a]. Fabiola Vasconcellos Patta Sampaio

RESUMO

A competição do mercado tem exigido das indústrias uma necessidade constante de redução das perdas e desperdícios no processo produtivo. Devemos entender como perdas e desperdícios todas as formas de custos que não acrescentam valor ao produto e que são desnecessárias ao trabalho efetivo. Existem dois tipos de perdas e desperdícios nas empresas: normais e anormais. As normais são inerentes à própria produção, podem ser previstas e constituem um sacrifício necessário para obter o produto final. Elas podem ocorrer por diversas situações, dependendo da tecnologia utilizada na produção: problemas de corte, tratamento térmico, reações químicas, evaporação. Já as perdas anormais são involuntárias, sem previsão, como obsoletismo, incêndios, desabamentos, erro humano, quebra das máquinas, etc. Estas perdas não são incorporadas ao custo dos produtos finais, entrando diretamente no Resultado da empresa. Como as perdas e desperdícios contribuem para a redução da lucratividade nas empresas, é muito importante que se identifique suas causas para correção imediata, atualização de estoques e apuração real de custos de produção. A proposta deste grupo é a de pesquisar indústrias, na Grande Vitória, a fim de analisar e avaliar a gestão de sobras, refugo e desperdícios na produção.

GDI

CURSO: Engenharia de Produção, Noturno – 1º Período –

ANO_SEMESTRE: 2017.1

O AGRONEGÓCIO E A AGROINDÚSTRIA EM SUAS ETAPAS PRODUTIVAS E ECONÔMICAS NA AGRICULTURA ORGÂNICA DO ESPÍRITO SANTO

Luciana Belmiro Felix dos Santos, Vinicius Milhorelle Batista, Bruno de castro Ferreira, Ysmaille Santos Ferreira e Prof[a]. Fabiola Vasconcellos Patta Sampaio

RESUMO

Com compromisso diário de observar a lavoura e formular receitas para conter pragas, produtores ecológicos mantém viva uma agricultura onde os químicos ainda passam longe dos alimentos. No Espírito Santo, hortaliças, frutas e grãos são cultivados sem nenhum agrotóxico, fertilizante sintético ou variedade transgênica. No Estado, já há um número expressivo de agricultores ecológicos que priorizam técnicas naturais ao produzir alimentos. Sem tecnologia química ou transgênica para conter o ataque de doenças e potencializar o desenvolvimento das plantas, enfrentam risco maior, têm menor escala e gastam mais com mão de obra. Por meio desta pesquisa, serão apresentadas algumas possibilidades de expansão da agroindústria capixaba no âmbito da lavoura orgânica, por meio da prospecção econômica e da viabilidade de produção e negociação dos produtos (Agronegócio).

2º e 3º PERÍODOS

GDI

CURSO: Engenharia de Produção, Noturno – 2º e 3º Períodos –

ANO_SEMESTRE: 2017.1

DOS YOUTUBERS AOS GRUPOS DE WHATSAPP: TECNOLOGIAS DE EDIÇÃO PARA CAMPANHAS SOCIAIS

Douglas da Silva Gonzaga, Edilson Lopes Ferreira, Gabriel Miranda Ribeiro, Janio Lobo Minchio, José Luis Campos Monteiro e Prof. Wanderson Muniz de Santana

RESUMO

O ideologia da felicidade através do consumo é recorrente como mecanismo de vazão da produção. Mas, com a popularização das mídias digitais e das redes sociais entraram em cena os youtubers, pessoas que produzem seus próprios conteúdos e que podem atrair milhões de seguidores, naturalmente despertando o interesse de empresas. Outra ação popular tem sido a criação de grupos na plataforma de mensagens whatsapp, muitas vezes utilizadas para reforçar discursos típicos da sociedade de consumo. Neste trabalho, pretendemos compreender melhor o potencial dessas ferramentas de comunicação em massa, observando a relação entre promoção do consumo e felicidade. Como temática de estudo abordaremos o entidimento do desenvolvimento sustentável a partir da ótica de uma idealização social de equilíbrio das necessidades que podem ser individualizadas e personalizadas na busca de um bem-estar geral.

GDI

CURSO: Engenharia de Produção, Noturno – 2º e 3º Períodos –

ANO_SEMESTRE: 2017.1

MENSAGENS INSTANTÂNEAS MÓVEIS: WHATSAPP E SEU POTENCIAL PARA O DESENVOLVIMENTO DE PLANO DE NEGÓCIOS

Bernardo Médici Barbosa, Brenda dos Santos Elbacha, Karoline Cirne Rocha Sales, Wesley Alves da Curra Ferreira e Prof. Wanderson Muniz de Santana

RESUMO

O presente trabalho avalia as influências e os benefícios do desenvolvimento e aplicação de um plano de negócios mediada através da interatividade que ferramentas de comunicação como o whatsapp proporcionam. Com o rompimento dos limites de comunicação oferecidos pelas redes sociais, imensuráveis possibilidades de transformação e mudanças se apresentam. E se utilizadas em benefício dos negócios podem oferecer uma excepcional ferramenta ao desenvolvimento e implementação de projetos financeiros. Nosso objetivo nessa investigação é determinar se a ferramenta escolhida se adequá a atividade proposta. Cabe destacar que a acessibilidade que os dispositivos móveis contendo a ferramenta de comunicação escolhida nessa investigação confere aos participantes o desenvolvimento de suas aptidões para refletir e avaliar suas opiniões sobre os temas, além de capacitá-los a melhor negociar as divergências que se apresentarão durante a implantação do plano.

GDI

CURSO: Engenharia de Produção, Noturno – 2º e 3º Períodos –

ANO_SEMESTRE: 2017.1

BRANDING: COMO A OMO REVOLUCIONOU O MERCADO DE SABÃO EM PÓ

José Pedro Mendes Santana, Caio Henrique de Meneses Santos e Prof. Wanderson Muniz de Santana

RESUMO

Marcas famosas são muito bem posicionadas e definidas na mente do consumidor. Em todas as categorias de produtos e serviços existem marcas muito bem estabelecidas, cujos atributos que dão forma às marcas na nossa mente são claros e estão tatuados nas suas respectivas credenciais. O sabão em pó OMO existe no Brasil desde 1957 e durante muitos anos as suas propagandas foram atribuídas ao seu poder de limpeza, brancura e eficácia. Entretanto, com o lançamento de outras marcas no mercado que fizeram frente a OMO, o consumidor passou a considerar que o preço determinaria na escolha de compra de um produto. Para retomar seu posto de como o principal sabão em pó encontrado nos lares do Brasil a Unilever (detentora da marca OMO) adotou a plataforma global DIG (dirt is good), traduzida na expressão “se sujar faz bem” - com um alto apelo emocional. Neste trabalho investigamos evolução cronológica das campanhas de branding apresentadas no mercado brasileiro.

GDI

CURSO: Engenharia de Produção, Noturno – 2º e 3º Períodos –

ANO_SEMESTRE: 2017.1

WHATSAPP PARA MELHORIA DE GESTÃO DE PROCESSOS: ESTUDO DE CASO EM UMA BIBLIOTECA

Elaine Ribeiro de Souza, Eduardo de Souza Sales Junior, Isabela Destéfani Nascimento, Leandro de Jesus Moraes, Makson Santiago Araújo, Prof. Ronaldo Trapiá e Prof. Wanderson Muniz de Santana

RESUMO

A fixação de valores que orientam os comportamentos humanos é resultado de tensões e negociações entre os membros da comunidade interessada que ao se organizarem avaliam as condutas de seus pares, observam as condições de entorno, estabelecem prioridades, definem objetivos e balizam entendimentos que moldam suas ações. Toda essa construção é coletiva e dinâmica, dependente das crenças já existentes na comunidade e da sua adesão a um contrato informal de ética. Tendo em vista a crescente popularização das redes sociais, se faz necessário refletir como melhor utilizar as ferramentas de comunicação disponíveis no ambiente de trabalho. Estamos interessados em investigar como é possível melhorar o dialogo, a troca, a interação e a mudança de opinião em ambientes corporativos através da ferramenta de comunicação whatsapp. Sendo assim nosso projeto-piloto será compartilhar com a biblioteca da Faculdade Doctum de Vitoria/ES uma macro de uma planilha eletrônica que gerencia a comunicação com os seus usuários, a fim de articular os diálogos, as informações e os conteúdos daquele espaço.

GDI

CURSO: Engenharia de Produção, Noturno – 2º e 3º Períodos –

ANO_SEMESTRE: 2017.1

BRANDING E O IMPACTO EMOCIONAL DAS MÍDIAS TRADICIONAIS FRENTE AS REVOLUÇÕES ALCANÇADAS PELAS REDES SOCIAIS PARA AS ESTRATÉGIA DE CONSUMO

Bruna Alcântara Freire, Jenifer Bonifácio Martins, Karolyne Carla Campo Oliveira, Thamara Crystine da Silva e Prof. Wanderson Muniz de Santana

RESUMO

Seja no passado, no presente ou em qualquer idealização de futuro, devemos compreender que a influência das mídias é particularmente significativa para determinar as nossas emoções, na medida em que introduzem um novo modo de ver, pensar ou fazer algo. Geram uma variedade de fenômenos, mais ou menos coerentes, que no seu conjunto configuram esse todo característico, essa realidade altamente complexa a que chamamos cultura. Nesse contexto, sem que nos demos conta, novas marcas são inseridas em nosso cotidiano, trazendo consigo mudanças na economia, nos valores e nas relações. O presente trabalho tem como objetivo abordar a identificação dos processos de criação do conhecimento usados na construção de uma marca forte através de *branding* – uma promessa ao cliente sobre como experimentar uma marca, como vivê-la. Nosso objetivo e compreender os principais apelos utilizados nas mídias tradicionais e quais são os diferenciais aplicados nas redes sociais que tanto influenciam os processos de consumo. Como objeto de estudo, desenvolvemos luminárias confeccionadas com produtos recicláveis e baseado nos conceitos de *branding* elaboramos campanhas de venda desses produtos.

GDI

CURSO: Engenharia de Produção, Noturno – 2º e 3º Períodos –

ANO_SEMESTRE: 2017.1

E-COMMERCE E AS ESTRATEGIAS DAS MÍDIAS SOCIAIS

Assiscarlos Miranda Ribeiro, Elder da Silva Antunes, Ramon Augusto Alvarenga Silva, Wanderson Cleyton de Oliveira Amori, Weverton Gomes Cont e Prof. Wanderson Muniz de Santana

RESUMO

A crescente aplicação das ferramentas de tecnologia da informação faz emergir uma série de oportunidades para a criação, escolha, adaptação e consequente desenvolvimentos do comércio eletrônico. De todas as decisões tomadas por um empreendedor no que se refere a sua empresa e provável que a mais importante seja a escolha do segmento de atuação. Isso significa definir que produtos vender e para quem oferecer esses produtos. Um site de e-commerce, também chamado de loja virtual, tem como objetivo a venda de bens e serviços. Diferentemente das lojas tradicionais, as lojas virtuais não possuem vendedores, sendo as informações relevantes expostas na forma de textos e imagens. Por isso, é fundamental que seu conteúdo seja exposto de forma objetiva, para que o visitante possa se convencer da conveniência da compra. O presente trabalho visa traçar uma visão do assunto, e assim tentar expor de maneira prática um modelo desse mercado. Para isso foi realizado um levantamento (survey) na literatura existente. Os resultados revelam que o estudo dessa temática ainda se encontra em estágio inicial, sendo diversas as possibilidades de pesquisas futuras.

GDI

CURSO: Engenharia de Produção, Noturno – 2º e 3º Períodos –

ANO_SEMESTRE: 2017.1

ANÁLISE SWOT E DE INVESTIMENTO PARA IMPLEMENTAÇÃO DE NOVOS CURSOS DE ENGENHARIA: UMA VISÃO HUMANÍSTICA

Adriano Silva dos Reis, André da Silva Martins, Mateus Dias Silva, Nelson Pereira da Silva Junior e Prof. Wanderson Muniz de Santana

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar o potencial financeiro e humanístico para a implementação de novos cursos de engenharia considerando a expansão da formação em termos de evolução do número de cursos, da vagas disponibilizadas, de inscritos nos processos seletivos, de ingressantes, destacando-se as principais modalidades referentes as rotinas de ambientes profissionais. Compara-se a formação em Engenharia no Brasil com a dos principais países da OCDE e do BRICS em termos de número de instituições, de professores e estudantes matriculados em cursos de graduação. Para análise dos dados utilizamos da Sinopse da Educação Superior, publicada anualmente pelo INEP e também do Sistema E-MEC.

“Aquele que for capaz de perder uma corrida sem culpar os outros da sua derrota tem perspectivas de êxito na estrada da vida.”

Napoleon Hill