Missão: Formar profissionais comprometidos com o serviço a Deus e à comunidade.

PLANO SEMESTRAL DE ENSINAGEM

CURSO	PERÍODO/ANO
Direito	**2026.1**
MÓDULO DE APRENDIZAGEM	**DOCENTE (S)**
Responsabilidade Social e Ambiental	**Janaína Gonçalves Rios Barros**

CRÉDITOS/ CARGA HORÁRIA						
CRÉDITOS	**TEÓRICA (h)**	**PRÁTICA (h)**	**TDE (h)**	**DIGITAL (h)**	**EXTENSÃO (h)**	**TOTAL (h)**
02	**--h**	**--h**	**--h**	**40h**	**--h**	**40h**

EMENTA
Modos e parâmetros para uma atuação profissional sustentável, social e ambientalmente responsável.

CÓDIGO DA COMPETÊNCIA (CC)	COMPETÊNCIAS/PERFIL DO EGRESSO
CG01	**Bem-estar e qualidade -** Atuar consciente e sistematicamente para a manutenção da saúde, bem-estar e qualidade de vida das pessoas, famílias e comunidade, considerando aspectos éticos, políticos, espirituais, sociais, culturais, econômicos, ambientais e biológicos, para o desempenho adequado das atividades profissionais.
CG04	**Autocrítica e aprendizagem contínua -** Demonstrar disposição, autocrítica e compromisso pessoal com o ato de aprender continuamente, assumindo atitude investigativa que contemple a diversidade de fenômenos e métodos de pesquisa a fim de apresentar soluções adequadas para os problemas e desafios pessoais, dos indivíduos e dos grupos populacionais, buscando assim o desenvolvimento e/ou transformação da realidade.
CG06	**Autocuidado, relacionamento e restauração -** Experimentar um relacionamento pessoal com Deus por meio da influência do Espírito Santo, para compartilhar atributos de Seu caráter e viver de acordo com seus propósitos redentivos, reconhecendo-se como sujeito na diversidade

	humana e compreendendo o impacto desta na vida em sociedade e nas relações consigo mesmo e com o outro, considerado inclusive, o contexto socioambiental, de modo que no exercício profissional e em sua vida pessoal, esses atributos se manifestem.

PROCEDIMENTOS PARA ABORDAR A RELAÇÃO FÉ E ENSINO
As unidades de aprendizagem deste semestre irão habilitar o estudante a propor e desenvolver atividades de serviços desinteressado à comunidade de forma a colocar em prática o aprendido. Para este fim, eles devem possuir habilidades para avaliar, sistematizar e decidir as condutas mais adequadas, baseadas em evidências científicas; Metas de colaboração serão determinadas no início do semestre para motivar a cooperação, generosidade e a bondade

UNIDADES DE APRENDIZAGEM
● **Unidade 1** ○ Sociedade de consumo e transformação social ○ A função social das empresas e seu compromisso social ○ Gestão de responsabilidade social e ética ○ Diferença entre responsabilidade social e marketing social ○ Sustentabilidade, consumo sustentável no Brasil, *ecodesign* e conceitos de economia circular ● **Unidade 2** ○ A comunicação no ambiente corporativo ○ A gestão da comunicação na responsabilidade social ○ Gestão de crises influenciadas pela ausência de responsabilidade social e empresarial ○ Empresas conectadas e a importância de práticas responsáveis

ESTRATÉGIAS DE ENSINAGEM
As estratégias de ensinagem presentes neste módulo, pautam-se no protagonismo e autonomia discente, à medida que as aprendizagens são construídas. Deste modo, são incorporados os elementos de referência do currículo, tais como: flexibilidade, interdisciplinaridade, transversalidade, replicabilidade e transferibilidade. A diversidade de estratégias se dá a partir da relação entre as evidências das competências e as unidades de aprendizagem. Espera-se que fazendo uso das estratégias descritas a seguir, os estudantes aprendam de modo ativo e duradouro. Vale ressaltar, que considerando os ritmos individuais e os processos de construção grupal, serão garantidas as acessibilidades comunicacional, digital, instrumental e metodológica.

AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM
A avaliação é compreendida neste módulo numa perspectiva formativa, incluídos processos de monitoramento e automonitoramento da aprendizagem e outros instrumentos, tendo em vista o desenvolvimento progressivo de competências, com pontuação máxima de 10 pontos. A recuperação será assegurada dentro do próprio semestre, por meio de instrumentos equivalentes aos aplicados anteriormente e conforme critérios estabelecidos pelo professor.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

- ALVES, R. R. Marketing ambiental: sustentabilidade empresarial e mercado verde. São Paulo: Manole, 2016. Disponível em https://biblioteca.sophia.com.br/9198/index.asp?codigo_sophia=853097. Acesso em: 09 abr. 2024
- CATALINA, C. Marketing verde e responsabilidade social. São Paulo: Contentus, 2020. Disponível em: https://biblioteca.sophia.com.br/9198/index.asp?codigo_sophia=815304. Acesso em: 09 abr. 2024.
- DIAS, Reinaldo. **Responsabilidade social:** fundamentos e gestão. Grupo GEN, 2012. Recurso eletrônico disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522484461.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

- TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão Ambiental Responsabilidade Social Corporativa**, 9ª edição. São Paulo : Atlas, 2019. Recurso eletrônico disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597019803.
- ASHLEY, Patrícia A. **Ética, responsabilidade social e sustentabilidade nos negócios**. São Paulo, SP: Editora Saraiva, 2018. Recurso eletrônico disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788553131839.
- CAJAZEIRA, Jorge Emanuel R.; BARBIERI, José C. **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável** - 3ª edição. São Paulo, SP: Editora Saraiva, 2016. Recurso eletrônico disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788547208325.
- FILHO, Cláudio Pinheiro M. **Responsabilidade Social e Governança** - O Debate e as Implicações. São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2012. Recurso eletrônico disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522107933.
- MAY, Peter. **Economia do Meio Ambiente**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2018. Recurso eletrônico disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595153622.