



ROTEIRO DE INFORMAÇÕES PARA DIAGNÓSTICO GERAL DE ORGANIZAÇÃO

O Roteiro servirá como base orientadora para a elaboração do Estágio Supervisionado, e será adaptado a cada caso específico de acordo a realidade do aluno e local de estágio.

Estágio Supervisionado I – 200 horas

O Estágio Supervisionado I , tem por finalidade permitir ao aluno um conhecimento maior da organização onde se realiza o estágio, assim como na área específica em que desenvolverá seu Projeto de Estágio.

Necessita , assim, que o aluno comece identificando, de forma geral, o histórico da organização, suas principais diretrizes de planejamento, sua estrutura organizacional, seus produtos , serviços, mercados e depois, realize um diagnóstico detalhado da área de seu interesse.

As informações e conhecimento prévio são fundamentais para o aluno na elaboração de Projeto de Estágio.

ROTEIRO DE INFORMAÇÕES PARA DIAGNÓSTICO GERAL

Os itens abaixo deverão estar embutidos em um texto e não respondidos como em um questionário.

1.1. Introdução

Apresentação e comentários de modo geral sobre a organização em que se realiza o estágio.

1.2. Perfil da empresa

- a) Razão Social, CNPJ, endereço,
- b) Controladores, proprietários - executivos ou dirigentes,
- c) natureza da atividade (indústria, comércio, serviços),
- d) data de constituição/criação, tipo (micro, pequena, média, grande),
- e) principais produtos ou serviços oferecidos,
- g) Grupo empresarial que a empresa faz parte ou controla *
- h) outros aspectos relevantes de se informar em relação ao perfil*

1.3. Planejamento estratégico

- a) Missão, Visão, valores e princípios;
- b) Breve histórico(*);
- c) Modelo de gestão*
- d) Estrutura, instalações existentes (podendo constar o arranjo físico),
- e) Organograma da empresa / organização ou setor de acordo a dimensão da estrutura funcional.
- f) Perfil da força de trabalho, incluindo quantidade de pessoas, escolaridade, cargos.*
- g) Gestão de pessoas (cultura ,comportamento e clima organizacional).

1.5. Mercado

- a) onde a empresa atua (segmentação, nicho);
- b) Principais mercados (local, regional, nacional);
- c) Mídia utilizada (como a empresa / organização se mostra ao mercado);
- g) Fornecedores e parceiros*
- h) Perfil dos clientes (público, privado, misto)*

1.6. Responsabilidade socioambiental

- a) convênios, parcerias, contribuições, eventos, e outras atividades, mantidos pela empresa com detalhamento.
- b) Impactos, atuais e potenciais sobre a sociedade e o meio-ambiente, decorrentes de seus produtos, serviços, processos e instalações, bem como a gestão exercida sobre eles, ações e contribuições ao meio-ambiente.
- c) Ética e cidadania (forma como a empresa difunde interna e externamente);