

**FACULDADE STELLA MARIS**  
**CURSO DE ADMINISTRAÇÃO – BACHARELADO PRESENCIAL**  
**Estrutura Curricular**

**MÓDULO: COMUNICAÇÃO E GERÊNCIA EMPRESARIAL**

**1.º Período**

<b>Código</b>	<b>Unidade Curricular</b>	<b>CH</b>	<b>Equivalência</b>
DC0130	Teoria Geral da Administração	60	-
DC0128	Psicologia Organizacional	60	-
DC0120	Iniciação e Metodologia da Pesquisa	60	-
DC0129	Sociologia e Antropologia Cultural	60	-
DC0111	Comunicação Empresarial	60	H0106b
DC0100	Atividade Complementar I	40	-
-	<b>Total da Carga Horária do Módulo</b>	<b>340</b>	-

**MÓDULO: EMPRESAS E NEGÓCIOS**

**2.º Período**

<b>Código</b>	<b>Unidade Curricular</b>	<b>CH</b>	<b>Equivalência</b>
DC0116	Empresas e Negócios	60	-
DC0124	Matemática Aplicada	60	-
DC0112	Contabilidade Básica	60	-
DC0126	Métodos Quantitativos	60	-
DC0117	Estatística Aplicada	60	-
DC0101	Atividade Complementar II	40	-
-	<b>Total da Carga Horária do Módulo</b>	<b>340</b>	-

**MÓDULO: GESTÃO DE PROCESSOS**

**3.º Período**

<b>Código</b>	<b>Unidade Curricular</b>	<b>CH</b>	<b>Equivalência</b>
DC0119	Governança Corporativa	60	A0140B
E0100	Pesquisa Operacional	60	-
A0155	Processo Administrativo	60	A0155B
J0103	Direito Empresarial	60	J0103b
A0147	Métodos e Sistemas Administrativos	60	-
DC0102	Atividade Complementar III	40	-
-	<b>Total da Carga Horária do Módulo</b>	<b>340</b>	-

## **MÓDULO: ESTRATÉGIAS E NEGÓCIOS**

### **4.º Período**

<b>Código</b>	<b>Unidade Curricular</b>	<b>CH</b>	<b>Equivalência</b>
DC0121	Laboratório de Empreendimentos	60	A0123b/ A0124
DC0113	Custos Empresariais	60	-
DC0115	Economia	60	A0121b
A0125	Estratégia Empresarial	60	-
T0100	Tecnologia da Informação Gerencial	60	-
DC0103	Atividade Complementar IV	40	-
-	<b>Total da Carga Horária do Módulo</b>	<b>340</b>	-

## **MÓDULO: GESTÃO DE PESSOAS**

### **5.º Período**

<b>Código</b>	<b>Unidade Curricular</b>	<b>CH</b>	<b>Equivalência</b>
DC0118	Filosofia, Ética e Responsabilidade Social	60	H0102b
H0101	Comportamento Organizacional	60	-
DC0122	Legislação Trabalhista e Previdenciária	60	-
A0102	Administração de Recursos Humanos	60	A0131B
AD0300	Eletiva I	60	-
DC0104	Atividade Complementar V	40	-
DC0123	Libras: Língua Brasileira dos Sinais (Optativa)	60	-
-	<b>Total da Carga Horária do Módulo</b>	<b>400</b>	-

## **MÓDULO: GESTÃO DE MARKETING**

### **6.º Período**

<b>Código</b>	<b>Unidade Curricular</b>	<b>CH</b>	<b>Equivalência</b>
A0152	Pesquisa de Mercado	60	-
H0100	Comportamento do Consumidor	60	-
A0105	Administração Mercadológica	60	A0101
A0134	Gestão de Vendas	60	-
AD0301	Eletiva II	60	-
AD0200	Estágio Supervisionado I	120	-
DC0105	Atividade Complementar VI	40	-
-	<b>Total da Carga Horária do Módulo</b>	<b>460</b>	-

## **MÓDULO: LOGÍSTICA E RECURSOS MATERIAIS**

### **7.º Período**

<b>Código</b>	<b>Unidade Curricular</b>	<b>CH</b>	<b>Equivalência</b>
A0100	Administração da Produção	60	-
A0143	Logística Empresarial e Cadeia de Suprimentos	60	-
A0103	Administração de Serviços	60	-
S0100	Gestão Ambiental	60	-
A0158	Tópicos Emergentes em Logística	60	-
AD0201	Estágio Supervisionado II	120	-
DC0106	Atividade Complementar VII	30	-
-	<b>Total da Carga Horária do Módulo</b>	<b>450</b>	-

## **MÓDULO: GESTÃO FINANCEIRA E ORÇAMENTO**

### **8.º Período**

<b>Código</b>	<b>Unidade Curricular</b>	<b>CH</b>	<b>Equivalência</b>
A0104	Administração Financeira	60	A0137
DC0125	Mercado Financeiro	60	A0146B
A0148	Orçamento Empresarial	60	A0154
A0154	Planejamento Econômico-Financeiro	60	A0148
DC0114	Demonstrações Financeiras	60	A0106
AD0100	Projeto de Conclusão	60	-
DC0107	Atividade Complementar VIII	30	-
-	<b>Total da Carga Horária do Módulo</b>	<b>390</b>	-

<b>Integralização de Carga Horária</b>	
<b>Componente Curricular</b>	<b>Hora-aula</b>
Disciplinas (módulos)	2.400
Estágio Supervisionado (I e II)	240
Atividades Complementares (I a VIII)	300
Trabalho de Conclusão de Curso	60
<b>Total Geral de Horas-aula</b>	<b>3.000 h/a</b>

## CERTIFICAÇÕES INTERMEDIÁRIAS

A estrutura curricular do Curso de Administração da **Faculdade Stella Maris** ainda permite 3 (três) certificações de qualificação, que a critério do aluno ode ou não requerer.

Tais certificações não titularão o aluno. Trata de uma certificação de qualificação em um determinado campo do saber ligado às ciências administrativas. A certificação é obtida através das competências e habilidades adquiridas pelas disciplinas cursadas e aprovadas pertencentes aos módulos que a integram.

Para a obtenção da certificação intermediária, o aluno deverá obter nota mínima 7 (sete) na avaliação de competências adquiridas nos módulos que a integram. Esta avaliação será feita através de prova específica com conteúdos ministrados no período.

Semestres								Certificações de Qualificação em:
1º								-
1º	2º							-
1º	2º	3º						-
<b>1º</b>	<b>2º</b>	<b>3º</b>	<b>4º</b>					<b>Planejamento em Processos Gerenciais</b>
1º	2º	3º	4º	5º				-
<b>1º</b>	<b>2º</b>	<b>3º</b>	<b>4º</b>	<b>5º</b>	<b>6º</b>			<b>Estratégia, Marketing e Novos Negócios</b>
<b>1º</b>	<b>2º</b>	<b>3º</b>	<b>4º</b>	<b>5º</b>	<b>6º</b>	<b>7º</b>		<b>Desenvolvimento Organizacional e de Pessoas</b>
1º	2º	3º	4º	5º	6º	7º	8º	-
<b>1º ao 8º</b>								<b>Bacharel em Administração*</b>

\* para a obtenção deste título o aluno deverá cumprir toda a carga horária prevista na estrutura curricular do curso, inclusive a carga horária para as atividades complementares.

### Competências e Habilidades das Certificações:

Com a conclusão do o 1º ao 4º módulo:

#### **Qualificação em Planejamento em Processos Gerenciais**

-Elaborar, implantar e implementar o planejamento estratégico e tático de micro, pequenas e médias empresas;

-Compreender a base das organizações, sua estrutura gerencial, comunicacional e seus objetivos; compras e controle de estoque, economia empresarial, legislação empresarial e trabalhista e desenvolverá raciocínio lógico e quantitativo.

Com a conclusão do o 1º ao 6º módulo:

#### **Qualificação em Estratégia, Marketing e Novos Negócios**

-Implementar táticas e estratégias de negociação, liderança empresarial e empreendedorismo;

-Empreender com sucesso;

-Identificar o contexto do “Mercado de Negócios” no mundo e a responsabilidade social da empresa que opera em ambiente social de profundas desigualdades.

Com a conclusão do o 1º ao 7º módulo:

#### **Qualificação em Desenvolvimento Organizacional e de Pessoas**

-Compreender a complexidade da organização e do mercado em que ela está inserida e o discernimento para trabalhar com e através de pessoas;

-Aplicar conhecimentos e técnicas para o desenvolvimento organizacional e de pessoas;

-Lidar com pessoas e ajudá-las a desenvolver e atingir metas profissionais.

## EMENTÁRIO

### 1º PERÍODO

#### MÓDULO: COMUNICAÇÃO E GERÊNCIA EMPRESARIAL

##### **TEORIA GERAL DA ADMINISTRAÇÃO - 60h/a**

**Ementa:** Fundamentos da administração. Reflexões críticas sobre teoria. A administração e a função do Administrador. Evolução do pensamento Administrativo: da administração científica à administração contemporânea. Teorias gerais da administração. Novos paradigmas de gestão. Técnicas e métodos administrativos. Enfoques das escolas da administração. Sistemas empresariais. Papéis e habilidades.

##### **Competências específicas:**

- Definir modelos alternativos de gestão, partindo das características prescritivas encontradas nas diversas escolas do pensamento administrativo.
- Compreender a evolução das teorias gerais da administração; Identificar os princípios de administração.
- Planejar modificações nas organizações, com base na observação das principais mudanças e evoluções ocorridas no desenho das estruturas organizacionais e nos modelos de gestão.
- Identificar práticas administrativas a partir do conhecimento das principais mudanças e evoluções ocorridas no entendimento das tarefas, habilidades e papéis do administrador.
- Identificar as diferentes eras das organizações e suas respectivas teorias administrativas predominantes, explicando as soluções administrativas encontradas pelos seus agentes.

##### **Conteúdo programático:**

##### UNIDADE I – FUNDAMENTOS DA ADMINISTRAÇÃO

- O homem e a organização
- Administração: conceito e importância
- Funções e habilidades dos administradores
- O processo administrativo
- Eficiência, eficácia e competitividade
- Estruturação da teoria administrativa

##### UNIDADE II – EVOLUÇÃO DO PENSAMENTO ADMINISTRATIVO

- Enfoque Clássico
- Enfoque Comportamental
- Enfoque Sistêmico
- Enfoque da Qualidade
- Fundamentos da Teoria Contingencial

##### UNIDADE III – ADMINISTRAÇÃO CONTEMPORÂNEA

- A presença e os avanços da TGA em temas atuais nas organizações

### UNIDADE III - TEORIAS ADMINISTRATIVAS

- Escola Clássica
- Comportamental
- Relações Humanas
- Pensamento Sistêmico

### UNIDADE IV - NOVOS PARADIGMAS DE GESTÃO

- Liderança
- Motivação
- Administração da Qualidade
- Trabalho em Equipe

#### **Bibliografia básica:**

CHIAVENATO, Idalberto. Teoria geral da administração. 6.ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.v1.

MAXIMIANO, Antonio César Amaru. Introdução a administração. 7.ed. compacta. São Paulo: Atlas, 2007.

#### **Bibliografia complementar:**

MOTTA, Fernando C. Prestes. Teoria Geral da Administração: uma Introdução. São Paulo: Pioneira, 2002

ROBBINS, Stephen P. Administração: mudanças e perspectivas. São Paulo: Saraiva 2005.

### **PSICOLOGIA ORGANIZACIONAL – 60h/a**

**Ementa:** Conceitos básicos em psicologia. Psicologia aplicada ao ambiente organizacional. História da área da psicologia organizacional. A psicologia organizacional no mundo. Dimensões do comportamento organizacional. Avaliação do trabalho, desempenho e pessoas. Métodos de avaliação para seleção e colocação. Selecionando e treinando funcionários. O indivíduo e a organização. Satisfação no trabalho e comprometimento com a organização. Comportamento produtivo e contraproducente do funcionário. O contexto social do trabalho. Teoria e desenvolvimento organizacional. A ética na área da psicologia organizacional.

#### **Competências específicas:**

→ Compreender o papel da subjetividade humana, focalizando aspectos individuais e grupais no comportamento organizacional.

→ Conhecer aspectos psicossociais presentes na Psicologia aplicada à Administração.

→ Estabelecer práticas gerenciais adequadas, a partir do entendimento dos pressupostos da liderança, comunicação e negociação para a prática gerencial.

→ Utilizar estilos de liderança, visando aperfeiçoar a condução de equipes e o gerenciamento de pessoas nas organizações.

→ Propor ações a partir do reconhecimento de aspectos comportamentais, das pessoas com o objetivo de manter a equipe integrada e motivada, direcionada aos resultados organizacionais.

→ Atuar na resolução de conflitos no contexto organizacional.

**Conteúdo programático:**

**UNIDADE I – INTRODUÇÃO À PSICOLOGIA ORGANIZACIONAL**

- O que é a Psicologia Organizacional
- A Psicologia Organizacional no Mundo
- A história da Área da Psicologia Organizacional

**UNIDADE II - AVALIAÇÃO DO TRABALHO, DESEMPENHO E PESSOAS**

- O que é análise do Trabalho
- Objetivos da análise do Trabalho
- Fontes de informações para a análise dos trabalhos
- Métodos da análise do trabalho.
- Por que avaliamos os funcionários

**UNIDADE III - SELECIONANDO E TREINANDO FUNCIONÁRIOS**

- Características do candidato relacionadas ao trabalho
- Avaliação das necessidades de treinamento
- O projeto de Treinamento
- Aplicação do projeto de treinamento
- Avaliação de um programa de treinamento

**UNIDADE IV - O INDIVÍDUO E A ORGANIZAÇÃO**

- Teorias de Motivação no trabalho
- O que é motivação.

**UNIDADE V - SATISFAÇÃO NO TRABALHO E COMPROMETIMENTO COM A ORGANIZAÇÃO**

- A natureza da satisfação no trabalho
- A avaliação da satisfação no trabalho
- Comprometimento Organizacional
- Avaliação do Comprometimento Organizacional
- Comprometimento produtivo e Contraproducente no trabalho

**UNIDADE VI - O CONTEXTO SOCIAL NO TRABALHO**

- Grupos e equipes de trabalho
- Desempenho dos grupos
- Intervenções com grupos de trabalho nas organizações
- Liderança e poder nas Organizações

**UNIDADE VII - TEORIA E DESENVOLVIMENTO ORGANIZACIONAL**

- Desenvolvimento organizacional
- Administração por objetivos
- Eficácia do Desenvolvimento Organizacional

**Bibliografia básica:**

- FIORELLI, José Osmir. Psicologia para Administradores. Integrando teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2007.
- MAXIMIANO, Antonio César Amaru. Teoria geral da administração: da revolução urbana à revolução digital. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- PASSOS, Carlos Roberto Martins; NOGAMI, Otto. Princípios de economia. São Paulo: Pioneira, 2005.

**Bibliografia complementar:**

- VERGARA, Sylvia Constant. Gestão de pessoas. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- SCHERMERHORN, John R; HUNT, Jones G; OSBORN, Richard N. Fundamentos de comportamento organizacional. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 1999.

**INICIAÇÃO E METODOLOGIA DA PESQUISA**

**Ementa:** Metodologia científica. Técnicas de pesquisa. Elementos de estatística descritiva. Conceitos básicos e algumas correntes do pensamento científico. A montagem da pesquisa. Epistemologia. Redação científica.

**Competências específicas:**

- Proporcionar conhecimentos, desenvolver habilidades e formar atitudes que possibilitem ao graduando assimilar as bases necessárias para desenvolver atividades de iniciação à pesquisa.
- Compreender a visão da construção do edifício científico e de seu estado atual, a atitude crítica no que diz respeito à formação de novos paradigmas e/ou à aceitação dos preexistentes, o auto-desenvolvimento enquanto cientista.
- Reconhecer algumas correntes científicas e a levantar e acessar dados para a montagem de um trabalho científico.
- Sistematizar operacionalmente as fases da pesquisa científica.

**Conteúdo programático:****UNIDADE I – METODOLOGIA CIENTÍFICA**

- A importância da ciência
- Conceituar ciência
- Diferenciar ciência de senso comum
- Discutir fatos importantes da História da Ciência
- Conceituar métodos científicos
- Caracterizar métodos científicos
- Identificar a construção do conhecimento científico
- Distinguir formas de raciocínio
- Identificar o processamento da argumentação científica.

**UNIDADE II - TÉCNICAS DE PESQUISA**

- Conceito do trabalho científico
- Discriminar a apresentação de trabalhos científicos específicos
- Caracterizar um texto científico
- Identificar procedimentos para realizar pesquisa bibliográfica
- Conceituar projeto de pesquisa
- Descrever as partes de um projeto de pesquisa
- Elaborar um anteprojeto de pesquisa
- Identificar a importância do projeto para a realização da pesquisa.

### UNIDADE III - ELEMENTOS DE ESTATÍSTICA DESCRITIVA

- A base de dados, objeto da análise estatística
- Calcular as medidas de tendência central e dispersão
- Representar graficamente a base de dados
- Analisar as principais distribuições de probabilidade e suas aplicações mais simples.

### UNIDADE IV - CONCEITOS BÁSICOS E ALGUMAS CORRENTES DO PENSAMENTO CIENTÍFICO (CBACPC)

- Captar a realidade
- Entender o conceito de teoria
- Levantar observações e elaborar teoria
- Elaborar projeções
- Aplicar os conceitos de observação
- Reconhecer as diversas correntes de pensamento com a finalidade de revalorizar a dedução, inserindo a falseabilidade como critério de avaliação de uma teoria.

### UNIDADE V - A MONTAGEM DA PESQUISA

- A tarefa de levantamento bibliográfico para um trabalho de pesquisa
- Elaborar o plano de trabalho em sua metodologia
- Redigir o plano de trabalho
- Montar o plano de trabalho com seus anexos bibliográficos.

### UNIDADE VI - EPISTEMOLOGIA

- Os diversos momentos da evolução da ciência
- O mérito e a eficácia do método hipotético-dedutivo (ou experimental) das ciências físico-matemáticas
- O valor do empirismo como crítica à dedução escolástica
- As dificuldades da simples verificação experimental e da mentalidade científica
- Construir uma proposição significativa, respeitando uma linguagem lógica e estabelecendo o modo pelo qual pode ser verificada
- Saber explicar como se dá a passagem da teoria da verificabilidade para a teoria da falseabilidade.

### UNIDADE VI - REDAÇÃO CIENTÍFICA

- Discernir redação de redação científica
- Argumentar, conceitualmente, a discussão teórica de sua pesquisa
- Apresentar postura adequada em trabalho de comunicação científica.

#### **Bibliografia básica**

ANDRADE, Maria Margarida de. Introdução à metodologia do trabalho científico: elaboração de trabalhos na graduação. 8.ed. São Paulo: Atlas, 2007.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Metodologia do trabalho científico. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2007.

VERGARA, Sylvia Constant. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2006.

#### **Bibliografia complementar**

CARVALHO, Maria Cecília Maringoni de (Org.). Construindo o saber: metodologia científica fundamentos e técnicas. 17.ed. Campinas: Papyrus, 2006.

RODRIGUES, Rui Martinho. Pesquisa acadêmica: como facilitar o processo de preparação de suas etapas. São Paulo: Atlas, 2007.

## **SOCIOLOGIA E ANTROPOLOGIA CULTURAL**

**Ementa:** O surgimento da Sociologia. Sociologia como ciência. Teorias sociológicas e antropológicas clássicas. Aspectos conceituais da Sociologia e Antropologia. Indivíduo, sociedade e cultura. Questões da Sociologia e Antropologia contemporâneas. Sociologia e Antropologia aplicadas à Administração.

### **Competências específicas:**

- Estimular uma reflexão crítica sobre os fenômenos da realidade social.
- Estimular o uso da leitura no estudo das grandes questões sociais, políticas, econômicas e culturais.
- Criar uma fenda para o debate e discussão da questão social através do entendimento da sociologia e antropologia como ciências.

### **Conteúdo programático:**

#### **UNIDADE I - PROCESSO DE EVOLUÇÃO DA SOCIOLOGIA**

- Contexto histórico-social da construção da sociologia.

#### **UNIDADE II - AS REVOLUÇÕES E A SOCIOLOGIA**

- A Sociologia e Antropologia como ciência
- Conte e o Positivismo
- E. Durkheim e o fato social
- Karl Marx e a Sociedade de Classes.

#### **UNIDADE III - CONCEITOS BÁSICOS DA SOCIOLOGIA E ANTROPOLOGIA**

- Indivíduo, cultura e sociedade;
- Grupos sociais
- Instituições sociais
- Estratificação social
- Mudança Social
- Controle social
- Status e Papel Social
- Família
- Religião
- Educação
- Estado
- Política
- Economia
- Recreação.

#### **UNIDADE V - A SOCIOLOGIA E ANTROPOLOGIA NO MUNDO CONTEMPORÂNEO**

- A sociologia brasileira
- Globalização e reestruturação produtiva
- Pobreza e Exclusão Social
- Degradação social: família; educação economia e política
- Tópicos sociais: violência contra a mulher, abuso sexual e exploração comercial da criança/adolescente; situação dos índios; situação dos negros, situação dos gays, situação dos idosos, etc.

**Bibliografia Básica:**

LAKATOS, C.B. O que é sociologia. São Paulo: Brasiliense, 1991.

COSTA, M.C.C. Sociologia Introdução á ciência da sociedade. – Paulo, Modema – 1995.

DURKHEIM, E. As regras do método sociológico. São Paulo, Nacional 1983.

**Bibliografia Complementar:**

CARDOSO, F.H. Homem e sociedade. São Paulo: Nacional, 1971.

CHIAVENATO, I. As lutas dos povos brasileiros do descobrimento a canudos. São Paulo: Moderna, 1988

**COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL – 60h/a**

**Ementa:** A língua como instrumento de comunicação, expressão e compreensão. Leitura: fatores e habilidades lingüísticas de compreensão leitora. Reflexões sobre a noção de texto: produção, recepção e interpretação dos textos enquanto unidades de comunicação. Estudos gramaticais de fatos da língua.

**Competências específicas:**

→ Produzir textos com coerência, coesão e adequação de linguagem, com consciência de sua estrutura e articulação para os diversos meios de comunicação.

→ Analisar e interpretar textos, temas e situações do cotidiano de forma crítica, estabelecendo sua relação com a realidade e os processos de comunicação.

→ Desenvolver textos com estruturação específica identificando as diferenças entre argumentação e persuasão, fato e opinião, levando em conta o contexto de comunicação social.

→ Criar textos para produtos de comunicação nas organizações, de forma adequada às suas especificidades, a partir da análise crítica e interpretação de situações do cotidiano.

**Conteúdo programático:****UNIDADE I – LINGUAGEM E COMUNICAÇÃO**

- Sistema, língua e fala
- As funções da linguagem
- O emprego da denotação e da conotação

**UNIDADE II – REFLEXÃO SOBRE O TEXTO**

- Conceito de texto
- Texto como unidade sócio-comunicativa
- O texto como unidade temática
- O texto como unidade estrutural

**UNIDADE III – LEITURA DE DIFERENTES TIPOS DE TEXTOS**

- A compreensão dos elementos de coesão e coerência
- A análise de textos como unidades de sentido

#### UNIDADE IV – PRODUÇÃO DE TEXTOS

- Geração, seleção e organização das idéias
- A produção do texto
- A revisão do texto
- Tramas: narrativa, dissertativa e descritiva

#### **Bibliografia básica**

MEDEIROS, João Bosco. Português instrumental: para cursos de contabilidade, economia e administração. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2007.

PIMENTA, Maria Alzira. Comunicação empresarial: conceitos e técnicas para administradores. 4.ed. Campinas: Alinea, 2004.

TOMASI, Carolina. Comunicação empresarial. São Paulo: Atlas, 2007.

#### **Bibliografia complementar**

GOLD, Miriam. Redação empresarial. São Paulo: Pearson, 2005.

MEDEIROS, João Bosco. Redação empresarial. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2005.

#### **ATIVIDADE COMPLEMENTAR I – 40h/a**

## 2º PERÍODO

### MÓDULO: ESTUDOS QUANTITATIVOS E SUAS TECNOLOGIAS

#### **EMPRESAS E NEGÓCIOS – 60h/a**

**Ementa:** Conceitos de empresa e de negócios. Conceito de cadeia produtiva. Conceito de cadeia de valor empresarial. Atividades centrais da empresa. Setores econômicos. Estruturas econômicas setoriais. Definição e caracterização dos diferentes tipos de mercados. Tipologia de clientes.

#### **Competências específicas:**

- Descrever a estrutura e o funcionamento de empresas industriais, comerciais e de serviços do ponto de vista dos seus negócios e respectivas atividades de valor.
- Descrever os diferenciais competitivos e as competências centrais de uma empresa, a partir da análise externa de sua atuação no mercado e diagnóstico interno de seus principais recursos e habilidades.
- Estabelecer missão, visão e valores organizacionais a partir da compreensão da dinâmica competitiva das empresas e das condições do ambiente de negócios.
- Identificar a natureza, estrutura e características dos diversos tipos de empresas.

#### **Conteúdo programático:**

##### UNIDADE I - CONCEITOS DE EMPRESA E DE NEGÓCIOS

- Conceito de organização e de empresa
- A organização vista como um sistema
- A definição de estratégia
- A definição de negócio
- Missão, visão e valores organizacionais.

##### UNIDADE II - CONCEITO DE CADEIA PRODUTIVA

- A empresa e sua cadeia de fornecimento
- A empresa e sua cadeia de distribuição.

##### UNIDADE III - CONCEITO DE CADEIA DE VALOR EMPRESARIAL

- O conceito de cadeia de valor
- As atividades primárias de valor
- As atividades de apoio de valor.

##### UNIDADE IV - ATIVIDADES CENTRAIS DA EMPRESA

- Atividades de marketing e vendas
- Atividades de operações e logística
- Atividades financeiras
- Atividades de recursos humanos.

##### UNIDADE V - SETORES ECONÔMICOS

- Setor agrícola
- Setor industrial
- Setor de comércio
- Setor de serviços.

## UNIDADE VI - ESTRUTURAS ECONÔMICAS SETORIAIS

- Monopólio
- Oligopólio
- Concorrência monopolista
- Concorrência perfeita.

## UNIDADE VII - DEFINIÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DOS DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS

- Definição de mercados
- Tipos de mercados:
- Mercado de consumo
- Mercado organizacional:
- Mercado empresarial
- Mercado institucional
- Mercado governamental
- Mercado revendedor.

## UNIDADE VIII - TIPOLOGIA DE CLIENTES

- Tipologia de concorrentes
- Diferenciais competitivos
- Competências distintivas.

### **Bibliografia básica**

MINTZBERG, Henry; AHLSTRAND, Bruce; LAMPEL. Safári de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico. Porto Alegre: Bookman, 2006.

PINHO, Diva Benevides. Manual de economia. 5.ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval de. Economia micro e macro: teoria e exercícios. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

### **Bibliografia complementar**

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Planejamento estratégico: conceitos, metodologia, práticas. 22.ed. São Paulo: Atlas, 2006.

TROSTER, Roberto Luis; MOCHON, Francisco. Introdução à economia. São Paulo: Makron, 1999.

## **MATEMÁTICA APLICADA – 60h/a**

**Ementa:** Matemática básica. Aplicação de métodos quantitativos à administração. Conceitos básicos de matemática financeira. Aplicação da matemática financeira.

### **Competências específicas:**

→ Equacionar situações do cotidiano administrativo representando grandezas e dados numéricos por meio de variáveis e estabelecendo relações entre as variáveis por meio de funções na sua forma algébrica e gráfica.

→ Resolver problemas administrativos de natureza econômica e financeira utilizando técnicas de cálculo matemático e financeiro a fim de propiciar condições adequadas para a tomada de decisões.

→ Relacionar, comparar, classificar e sintetizar dados numéricos, dominando técnicas matemáticas, a fim de representar e estabelecer relações entre grandezas de interesse da administração.

→ Analisar e extrair informações relevantes de funções e gráficos representativos do contexto e da dinâmica empresarial.

**Conteúdo programático:**

## UNIDADE I - MATEMÁTICA BÁSICA

- Números naturais, inteiros e reais
- Razões e proporções
- Expressões numéricas e equações
- Porcentagem
- Funções de 1º grau
- Plano cartesiano
- Estudo da reta
- Gráficos da função.

## UNIDADE II - APLICAÇÃO DE MÉTODOS QUANTITATIVOS À ADMINISTRAÇÃO

- Função receita
- Função custo
- Função lucro
- Análise do ponto de equilíbrio
- Função oferta e demanda

## UNIDADE III - CONCEITOS BÁSICOS DE MATEMÁTICA FINANCEIRA

- Juros
- Capital
- Montante
- Taxa de juros

## UNIDADE IV - APLICAÇÃO DA MATEMÁTICA FINANCEIRA

- Capitalização simples
- Juros simples
- Desconto simples
- Capitalização composta
- Juros compostos
- Taxas equivalentes
- Desconto composto
- Serie de pagamentos iguais (prestações vencidas e antecipadas)
- Taxa interna de retorno
- Valor presente líquido.

**Bibliografia básica:**

ASSAF NETO, A. Matemática Financeira e suas Aplicações. São Paulo, Atlas, 2006.

CRESPO, Antonio Arnot. Matemática comercial e financeira fácil. 13.ed. São Paulo: Saraiva, 2004.

MORETTIN, Pedro. BUSSAB, Wilton de O. e HAZZAN, Samuel. Cálculo: Funções de uma e várias variáveis. São Paulo Saraiva 2006.

**Bibliografia complementar:**

VIEIRA SOBRINHO, José Dutra. Matemática Financeira. 7.ed. São Paulo, Atlas, 2000.

LEITHOLD, Luis. Matemática Aplicada à Economia e Administração. São Paulo. Harbra, 1988.

## **CONTABILIDADE BÁSICA – 60h/a**

**Ementa:** Conceito, utilização, objetivos e princípios fundamentais da contabilidade. O patrimônio. O método das partidas dobradas. Balancetes de verificação e ajustes patrimoniais. As demonstrações contábeis, de acordo com a Lei 6.404/76 (Lei das S.A.s).

### **Competências específicas:**

- Utilizar a contabilidade como fonte de informação nas organizações.
- Compreender a dinâmica dos demonstrativos e relatórios contábeis.
- Compreender o ciclo contábil e seu funcionamento para utilização na tomada de decisão.

### **Conteúdo programático:**

#### **UNIDADE I – NOÇÕES PRELIMINARES**

- Campo de ação da contabilidade
- Usuários da informação contábil
- Finalidades da informação contábil
- Especializações contábeis e funções típicas do trabalho contábil

#### **UNIDADE II – ESTÁTICA PATRIMONIAL**

- Ativo, passivo e situação líquida
- As fontes da situação líquida
- Equação fundamental do patrimônio
- Configurações do estado patrimonial e representação gráfica

#### **UNIDADE III – PROCEDIMENTOS CONTÁBEIS BÁSICOS E PELO MÉTODO DAS PARTIDAS DOBRADAS**

- Conceito e tipos de conta
- Razão e diário
- Mecanismo de débito e crédito
- Partidas dobradas
- Livros auxiliares e legais
- Balancete de verificação

#### **UNIDADE IV – AS VARIAÇÕES DA SITUAÇÃO LÍQUIDA**

- Despesa, receita e resultado
- Registro das operações do exercício pelo regime de competência
- Quadro de ajustes
- Atos e fatos administrativos: conceito e classificação
- Balancete de verificação

#### **UNIDADE V – OPERAÇÕES COM MERCADORIAS**

- Compra de mercadorias
- Estoque de mercadorias
- Venda de mercadorias
- Custo das mercadorias vendidas
- Método das operações com mercadorias
- Apuração do resultado da conta mercadorias

### **Bibliografia básica**

IUDICIBUS, Sergio de (Coord.). Contabilidade introdutória. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

MARION, Jose Carlos. Contabilidade empresarial: a contabilidade como instrumento de análise, gerência e decisão. 12.ed. São Paulo: Atlas, 2006.

RIBEIRO, Osni Moura. Contabilidade geral fácil: para cursos de contabilidade e concursos em geral. 3.ed. São Paulo: Saraiva, 2001.

### **Bibliografia complementar**

FRANCO, Hilário. Contabilidade geral. 23. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

IUDICIBUS, Sergio de; MARION, Jose Carlos. Introdução à teoria da contabilidade: para o nível de graduação. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

### **MÉTODOS QUANTITATIVOS – 60 h/a**

**Ementa:** Sistemas lineares. Otimização linear. Otimização discreta. Regressão Linear. Teoria dos jogos.

#### **Competências específicas:**

→ Identificar problemas na administração, onde as teorias matemáticas e as técnicas e métodos utilizados em pesquisa operacional podem ser aplicadas.

→ Conhecer as fases de um estudo em Pesquisa Operacional necessárias para a resolução de problemas reais.

→ Conhecer as características básicas de modelos determinísticos da programação matemática: otimização linear e otimização discreta.

→ Modelar matematicamente problemas de pequena e média complexidade e resolvê-los através do algoritmo simplex.

→ Utilizar pacotes computacionais para a resolução de problemas de Programação Linear.

→ Identificar através da Teoria dos Jogos as formulações matemáticas para a análise dos conflitos.

#### **Conteúdo programático:**

##### **UNIDADE I - INTRODUÇÃO**

- Definição da Pesquisa Operacional (PO)
- Evolução da PO
- As Fases de um Estudo em PO
- Problemas Práticos Abordados pela Pesquisa Operacional
- Problemas Clássicos na Literatura sobre PO
- Técnicas e Métodos Utilizados em PO

##### **UNIDADE II - SISTEMAS LINEARES**

- Equações Lineares
- Sistemas de Equações Lineares
- Classificação e Discussão de Sistemas Lineares
- Sistemas Lineares Equivalentes
- Escalonamento de Sistemas Lineares

### UNIDADE III - OTIMIZAÇÃO LINEAR

- Definição dos Problemas e sua Forma Padrão
- Resolução Gráfica de Problemas
- Resolução Analítica de Problemas (Método Simplex)
- Forma tabular do Método Simplex
- Problemas de Forma Não-Padrão
- O problema Dual
- Resolução de Problemas de Programação Linear no Computador

### UNIDADE IV - OTIMIZAÇÃO DISCRETA

- Problemas de Otimização Inteira
- Problemas de Programação Binária
- Problemas de Otimização Combinatória

### UNIDADE V – REGRESSÃO LINEAR

### UNIDADE VI - TEORIA DOS JOGOS

- Jogos Estáticos com Informação Completa
- Jogos Dinâmicos com Informação Completa
- Jogos com Resultados Incertos
- Jogos Estáticos com Informação Incompleta
- Jogos Dinâmicos com Informação Incompleta

#### **Bibliografia básica**

- ANDRADE, E. L. Introdução à pesquisa operacional. Rio de Janeiro: LTC, 2004.  
LACHTERMACHER, G. Pesquisa Operacional na Tomada de Decisões: modelagem em Excel. São Paulo: Campus, 2006.  
COLIN, E. C. Pesquisa Operacional: 170 aplicações em estratégia, finanças, produção, marketing e vendas. São Paulo: LTC, 2007.

#### **Bibliografia complementar**

- ARENALES, M. et al. Pesquisa Operacional: para Cursos de Engenharia. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.  
FIANI, R. Teoria dos Jogos. São Paulo: Campus, 2006.

### **ESTATÍSTICA APLICADA – 60h/a**

**Ementa:** Introdução. Noções básicas de estatística com a coleta, armazenagem, exposição e conclusões sobre diferentes tipos de dados. Estatística descritiva com distribuição de frequência, medidas de posição e dispersão, assimetria e curtose. Probabilidade com as distribuições binomial e normal. Correlação e regressão.

#### **Competências específicas:**

- Fazer cálculos estatísticos de probabilidade através de dados oriundos do ambiente interno e externo das organizações.
- Fazer cálculos estatísticos utilizando variáveis aleatórias que interajam com as necessidades das organizações.
- Elaborar pesquisas utilizando-se de intervalos de confiança para avaliar resultados das organizações.
- Aplicar testes de hipóteses para se avaliar resultados dentro das organizações.

**Conteúdo programático:**

## UNIDADE I – A natureza da Estatística

- O método Estatístico
- A Estatística
- As fases do método Estatístico
- A Estatística nas empresas
- Variáveis
- População e Amostra
- Amostragem.
- Tabelas
- Séries Estatísticas
- Séries conjugadas
- Tabelas de dupla entrada
- Distribuição de freqüência
- Dados absolutos e relativos.
- Gráficos Estatísticos
- Diagramas
- Gráfico Polar
- Cartograma
- Pictograma.

## UNIDADE II – Estatística Descritiva

- Tabela primitiva
- ROL
- Distribuição de Freqüência e seus elementos
- Número de classes
- Intervalos de classe
- Tipos de freqüências
- Distribuição de freqüência sem intervalo de classe
- Representação gráfica
- A curva de freqüência e suas formas
- Média aritmética
- Moda; Mediana
- Posições relativas
- Separatrizes.
- Dispersão ou variabilidade
- Amplitude total
- Variância
- Desvio Padrão
- Coeficiente de variação
- Medidas de Assimetria
- Coeficiente de assimetria
- Medidas de Curtose
- Coeficiente de Curtose.

## UNIDADE III – Probabilidade

- Experimento aleatório; Espaço amostral; Eventos; Probabilidade; Eventos complementares, independentes e mutuamente exclusivos.
- Variável Aleatória; Distribuição de Probabilidade; Distribuição Binomial; Curva Normal; Distribuição Normal.

#### UNIDADE IV – Correlação e Regressão

- Relação funcional e estatística
- Diagrama de dispersão
- Correlação linear
- Coeficiente de correlação linear
- Regressão
- Ajustamento da reta
- Interpolação e extrapolação.

#### **Bibliografia básica**

CRESPO, Antonio Arnot. Estatística fácil. 17.ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

NEUFELD, John L. Estatística aplicada à administração usando Excel. São Paulo: Pretince Hall, 2003.

COSTA, Sergio Francisco. Introdução ilustrada à estatística. 4.ed. São Paulo: Harbra, 2005.

#### **Bibliografia complementar**

SILVER, Mick. Estatística para administração. São Paulo: Atlas, 2000.

PEREIRA, Wilson; TANAKA, Oswaldo K. Estatística: conceitos básicos. 2.ed. São Paulo: MacGraw-Hill, 1990.

#### **ATIVIDADE COMPLEMENTAR II – 40h/a**

## 3º PERÍODO

### MÓDULO: PROCESSOS DE GESTÃO

#### **GOVERNANÇA CORPORATIVA**

**Ementa:** Governança corporativa. Conceitos de governança corporativa. Códigos de governança corporativa. Divulgação de informações e governança. Fatores de influência sobre a governança corporativa.

#### **Competências específicas:**

- Fornecer subsídios ao entendimento do papel da Governança Corporativa no mundo empresarial atual, vendo-a como um “conjunto de mecanismos de incentivo e controle que visam harmonizar a relação entre acionistas e gestores pela redução dos custos de agência, numa situação de separação da propriedade e controle”.
- Explicitar o “estado da arte” em termos de códigos ou normas de Governança Corporativa editados por entidades especializadas e de reputação nessa matéria – governamentais ou não – no Brasil e no mundo.

#### **Conteúdo Programático:**

##### UNIDADE I - INTRODUÇÃO À GOVERNANÇA CORPORATIVA

- Histórico e desenvolvimento
- A governança corporativa no mundo.

##### UNIDADE II – FATORES DE INFLUÊNCIA SOBRE GOVERNANÇA CORPORATIVA

- Fatores legais e culturais: "Common Law" x "Civil Law"
- Impacto de sistemas educacionais
- Impacto da organização do mundo corporativo.

##### UNIDADE III – DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES E GOVERNANÇA

- Papel da contabilidade
- O que divulgar: requisitos da Lei das S.A.e da SNC/SEP da CVM
- Como divulgar: essência sobre forma, e o conceito de "true and fair view".

##### UNIDADE V - GOVERNANÇA CORPORATIVA E TRANSPARÊNCIA

- Principais Códigos no Brasil:CVM, BOVESPA/novo mercado e IBGC
- Principais Códigos no exterior: IFAC, OECD e ISAR.

##### UNIDADE V – ESTUDO DE CASOS

#### **Bibliografia básica**

- RODRIGUES, José Antonio. Governança Corporativa Estratégia para Geração de Valor. Qualitymark. .2004.
- ROSSETI, José Paschoal e ANDRADE, Adriana de. GOVERNANÇA CORPORATIVA: Fundamentos, Desenvolvimento e Tendências. São Paulo: Atlas. 2004.
- STEINBERG, Herbert. A Dimensão Humana da Governança Corporativa. S São Paulo: Gente. 2003.

#### **Bibliografia complementar**

- EDITORA CAMPUS. Experiências de Governança Corporativa. Elsevier (editoras Campus e Negócio). 2001.
- LODI, João Bosco. Governança Corporativa. Terezinha Dutra. 2000.

## **PESQUISA OPERACIONAL**

**Ementa:** Introdução à pesquisa operacional. Modelos determinísticos de apoio à decisão. Modelos probabilísticos de apoio à decisão. Aplicação de softwares para resolução de problemas de pesquisa operacional.

### **Competências específicas:**

- Apresentar e fornecer ferramentas quantitativas ao processo de tomada de decisões.
- Conhecer as características básicas das principais técnicas de Pesquisa Operacional, tais como, Programação Linear e Simulação.
- Identificar os problemas aos quais essas técnicas podem ser aplicadas.
- Modelar e resolver problemas reais de pequena e média complexidade.
- Proporcionar oportunidade para o uso de pacotes computacionais para a resolução de problemas diversos.
- Pesquisar, elaborar e apresentar trabalhos em público com desenvoltura.

### **Conteúdo programático:**

#### **UNIDADE I - INTRODUÇÃO À PESQUISA OPERACIONAL**

- Conceito
- História
- Aplicações
- Fases de um Estudo de Pesquisa Operacional
- Modelagem de Problemas Gerenciais
- Modelos de Simulação
- Modelos de Otimização.

#### **UNIDADE II - PROGRAMAÇÃO LINEAR**

- Aplicações da Programação Linear
- Vantagens do Uso da Programação Linear
- Modelagem de Problemas
- Problema de Alocação de Recursos
- Formulação de Dietas de Mínimo Custo.

#### **Unidade III - RESOLVENDO PROBLEMAS SIMPLES PELO MÉTODO GRÁFICO**

- Problema de Alocação de Recursos da Fábrica de Computadores
- Resolução pelo Método Gráfico
- 1ª Etapa: Construir a região de soluções das restrições
- 2ª Etapa: Avaliar o objetivo na região de soluções.

#### **UNIDADE IV - RESOLVENDO PROGRAMAÇÃO LINEAR UTILIZANDO A PLANILHA EXCEL**

- Elementos da Planilha
- Desenvolvendo o Problema da Empresa
- Análise dos Resultados.

#### **UNIDADE V - RESOLVENDO PROBLEMAS DE PROGRAMAÇÃO LINEAR UTILIZANDO O SOFTWARE LINDO**

- Desenvolvendo o Problema da Empresa
- Análise do Resultado
- Análise de Sensibilidade.

## UNIDADE VI - PROBLEMAS DE TRANSPORTES

- Estudo de Caso
- Programação Linear
- Solução de Problemas de Transportes com o uso do Software Excel
- Solução de Problema de Transporte com o uso do Software Lindo
- Método de Aproximação de Vogel (VAM)
- Regra do Canto Noroeste
- Caso de Sistemas Não Equilibrados e da Impossibilidade de Transporte.

## UNIDADE VII - PROGRAMAÇÃO INTEIRA

- Problemas Típicos de Programação Inteira
- Solução de Problemas de Programação Inteira com o uso do Software Excel
- Solução de Problemas de Programação Inteira com o uso do Software Lindo.

### **Bibliografia básica:**

ARAÚJO, L. A. Pesquisa Operacional: Aplicada à Área de Negócios. Disponível em: <<http://groups.google.com/group/pesquisa-operacional/>> Acesso em: 12 fev. 2007.

PRADO, D. S. Programação Linear. Belo Horizonte: Editora de Desenvolvimento Gerencial, 2003. 208 p. (Série Pesquisa Operacional, Vol. 1).

LACHTERMACHER, G. Pesquisa Operacional na Tomada de Decisões. Modelagem em Excel. Rio de Janeiro: Campus, 2006.

### **Bibliografia complementar:**

ANDRADE, E. L. Introdução à Pesquisa Operacional: métodos e técnicas de análise de decisão. Rio de Janeiro: LTC - Livros Técnicos e Científicos, 2004.

ARAÚJO, L. A. Fronteira de eficiência econômica sob condições de risco: uma análise da convergência econômica entre empresas agrícolas. 1997, 172p. Dissertação (Mestrado) -ESALQ/USP.

## **PROCESSO ADMINISTRATIVO – 60h/a**

**Ementa:** A natureza e os desafios atuais da administração. O ambiente das organizações. A administração em um contexto globalizado, dinâmico e competitivo. Fundamentos do planejamento. Fundamentos da organização. Fundamentos da direção. Fundamentos do controle.

### **Competências específicas:**

→ Propor melhorias nos processos de gestão, a partir do reconhecimento e interpretação de problemas básicos de planejamento, organização, direção e controle. Nas organizações empresariais.

→ Planejar ações e estabelecer medidas de controle visando à eficiência e eficácia das atividades estratégicas e operacionais da empresa.

→ Estabelecer práticas gerenciais, a partir do entendimento das tarefas, habilidades e papéis do administrador, adequadas ao comando organizacional.

### **Conteúdo programático:**

#### UNIDADE I - A NATUREZA E OS DESAFIOS ATUAIS DA ADMINISTRAÇÃO

- O administrador e a administração
- As organizações e seus níveis
- O processo administrativo
- As habilidades do administrador
- Os papéis do administrador

## UNIDADE II - O AMBIENTE DAS ORGANIZAÇÕES

- Conceito de sistemas e ambiente
- O ambiente geral (macroambiente)
- O ambiente específico (microambiente)
- A dinâmica e a complexidade ambiental
- As relações entre organização e ambiente

## UNIDADE III - A ADMINISTRAÇÃO EM UM CONTEXTO GLOBALIZADO, DINÂMICO E COMPETITIVO

- Dinamismo e mudança
- Globalização e competitividade
- Novas tecnologias de informação e as organizações
- O novo perfil do emprego
- As organizações de classe mundial
- As organizações e o meio ambiente
- Responsabilidade social

## UNIDADE IV - FUNDAMENTOS DO PLANEJAMENTO

- O planejamento como uma função administrativa
- O processo de planejamento
- Níveis de planejamento
- Tipos de planos
- Benefícios do planejamento

## UNIDADE V - FUNDAMENTOS DA ORGANIZAÇÃO

- A organização como uma função administrativa
- A estrutura organizacional
- A estrutura vertical
- Atitude administrativa
- Alização e descentralização

## UNIDADE VI - FUNDAMENTOS DA DIREÇÃO

- Conceito de direção
- Os estilos de direção
- Os sistemas administrativos
- O papel da direção
- A direção e as pessoas

## UNIDADE VII - FUNDAMENTOS DO CONTROLE

- O conceito de controle
- O processo de controle
- Estabelecimento de objetivos e padrões
- Avaliação de desempenho
- Tipos de controle

**Bibliografia básica:**

DRUCKER, Peter F. Introdução a administração. 3.ed. São Paulo: Pioneira, 2000.

MOTTA, Fernando C. Prestes; VASCONCELOS, Isabella F. G. Teoria geral da administração. São Paulo: Pioneira Thomson, 2006.

SORDI, José Osvaldo de. Gestão por processos: uma abordagem da moderna administração. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

**Bibliografia complementar:**

MAXIMIANO, Antonio César Amaru. Fundamentos de administração: manual compacto para cursos de formação tecnológica e seqüenciais. São Paulo: Atlas, 2004.

MAXIMIANO, Antonio César Amaru. Introdução à administração. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2007.

**DIREITO EMPRESARIAL – 60 h/a**

**Ementa:** Legislação empresarial aplicada (direito empresarial com regulamentação dada pelo novo Código Civil vigente, com alteração empreendida em 2002). Legislação tributária aplicada (espécies e regulamentações jurídicas tributárias concernentes às atividades empresariais). Normas jurídicas que versam sobre as relações de consumo. Aspectos jurídicos normativos sobre direito do trabalho; relações jurídicas entre empregados e empregadores. Estabelecimento empresarial.

**Competências específicas:**

→ estabelecer um contrato social com cláusulas obrigatórias e adicionais, definindo-se direitos, deveres e responsabilidades.

→ Identificar os tipos societários mais utilizados no contexto empresarial.

→ identificar e explicar, de maneira introdutória, temas relevantes do direito constitucional, administrativo, tributário, civil e comercial, interpretando-os num contexto prático empresarial, sob a ótica da constituição federal, da doutrina e da jurisprudência.

→ discernir e discorrer sobre: os mecanismos de defesa e proteção diante da prática da concorrência desleal provocada pela empresas; registro de marcas e patentes nos vários segmentos; os diversos títulos de crédito, detalhes de sua emissão e formas de cobrança; a nova lei de recuperação de empresas; e a legislação do consumidor.

**Conteúdo programático:**

UNIDADE I - O ADVENTO DO NOVO CÓDIGO CIVIL (LEI Nº 10.406, DE 10/01/2002) E O DIREITO EMPRESARIAL

- O direito de empresa e formações societárias segundo o código civil projetado (evolução do direito empresarial, homogeneização do direito empresarial, definição e fonte jurídicas).
- Teoria geral do Direito Societário (constituição e dissolução das sociedades contratuais, empresas de fato, limitadas, sociedades anônimas, cooperativas, simples, e demais tipos societários previstos no direito empresarial pátrio).

UNIDADE II - LEGISLAÇÃO TRIBUTÁRIA APLICADA

- Sistema jurídico tributário
- Espécies tributárias e princípios constitucionais aplicáveis.
- Regimes tributários aplicados a empresas.

### UNIDADE III - RELAÇÕES DE CONSUMO E O DIREITO EMPRESARIAL

- Conceito de consumidor e princípios aplicáveis
- Conceito de fornecedor
- A responsabilidade das empresas por bens e serviços disponibilizados

### UNIDADE IX – ESTABELECIMENTO EMPRESARIAL

- Conceito e natureza jurídica
- Código Civil: tipos de empresas.
- Elementos constitutivos
- Ponto comercial
- Nome empresarial: espécies, formação e proteção legal
- Título do estabelecimento e marcas.

#### **Bibliografia básica**

COELHO, Fabio Ulhoa. O Empresário e os direitos do consumidor: o cálculo empresarial na interpretação do Código de Defesa do Consumidor. São Paulo: Saraiva, 1994.

FUHRER, Maximilianus Claudio Américo. Resumo de direito comercial. 34. ed. São Paulo: Malheiros, 2005.

MAMEDE, Gladston. Direito empresarial brasileiro: títulos de crédito. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2005.v.3.

#### **Bibliografia complementar**

BRASIL. CODIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR (1990). Código de Defesa do Consumidor: Lei 8.078, 11-9-90. 17. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

COMPARATO, Fabio Konder. Direito empresarial: estudos e pareceres. São Paulo: Saraiva 1995.

### **MÉTODOS E SISTEMAS ADMINISTRATIVOS – 60h/a**

**Ementa:** Introdução ao estudo de organização, sistemas e métodos. Fundamentos de organização. Análise organizacional. Processos organizacionais. Estruturas organizacionais. Sistemas organizacionais. Metodologias para levantamento, análise e prognóstico das organizações. Fluxo de informações em modelos e formulários. Manualização e descrição de processos. Tópicos avançados de análise de processos organizacionais (reengenharia, prêmios de qualidade, série ISO; redesenho de processos, etc.).

#### **Competências específicas:**

- Compreender a administração como um processo.
- Reconhecer o papel da estrutura nos processos organizacionais.
- Identificar elementos que subsidiem o Diagnóstico Organizacional.
- Avaliar a gestão de processos nas organizações.
- Aplicar uma metodologia para mapeamento de processos.
- Empregar técnicas de melhoria da organização empresarial.

#### **Conteúdo programático:**

##### UNIDADE I – INTRODUÇÃO

- Origem e evolução de OSM
- Atribuições do analista de OSM
- Perfil do analista de OSM
- Nova proposta para o analista de OSM: Analista de processos
- O projeto de OSM.

## UNIDADE II – PROCESSOS

- O que são processos
- A Teoria dos Sistemas e os processos organizacionais
- Elementos do processo
- Padronização de processos.

## UNIDADE III – ORGANIZAÇÃO

- Estruturas organizacionais
- Descentralização X delegação
- Tipos de organogramas
- Tecnologias de gestão organizacional: terceirização, empowerment, benchmarking.

## UNIDADE IV – SISTEMAS ORGANIZACIONAIS

- Sistemas eficientes, eficazes, competitivos
- Sistema de Informação Gerencial.

## UNIDADE V – MÉTODOS

- Fluxograma
- Quadro de distribuição do trabalho - QDT
- Cronograma
- Formulários
- Layout
- Manuais
- O projeto de OSM.

## UNIDADE VI – OSM E A QUALIDADE

- Sistema da qualidade; conceitos e princípios
- Programas do sistema da qualidade
- ISSO 9000: conceito e objetivos
- Metodologia de resolução de problemas.

### **Bibliografia básica**

ARAUJO, Luis C.G. Organização, sistemas e métodos e as modernas ferramentas de gestão organizacional: arquitetura, benchmarking, empowerment, gestão pela qualidade total, reengenharia. São Paulo: Atlas, 2001.

DIAS, Sergio V. S. Auditoria de processos organizacionais: teoria, finalidade, metodologia de trabalho e resultados esperados. São Paulo: Atlas, 2006.

OLIVEIRA, Djalma P. R. Administração de processos: conceitos, metodologias, práticas. São Paulo: Atlas, 2006.

### **Bibliografia complementar**

TEN HAVE, Steven et al. Modelos de gestão: o que são e quando devem ser usados. São Paulo, Pearson Prentice Hall, 2003.

CRAIG, James; GRANT, Robert. Gerenciamento estratégico. São Paulo: Littera Mundi, 1999.

## **ATIVIDADE COMPLEMENTAR IV – 40h/a**

## 4º PERÍODO

### MÓDULO: ESTRATÉGIAS DE NEGÓCIO

#### **LABORATÓRIO DE EMPREENDIMENTOS - 60 h/a**

**Ementa:** Empreendedorismo: características; oportunidades; desenvolvimento de atitudes empreendedoras. Novos paradigmas. Administração do crescimento da empresa. Prospecção empresarial. Plano de negócios. Inovação e criatividade. Modelagem organizacional. Pesquisa de mercado. Técnicas de vendas. Técnicas de negociação. Qualidade. Formação de preços. Ferramentas gerenciais.

#### **Competências específicas:**

- Compreender o papel do empreendedor no processo de desenvolvimento econômico e social.
- Desenvolver o hábito de identificar e avaliar oportunidades de negócios.
- Estabelecer práticas gerenciais adequadas (plano de ação), a partir do entendimento dos fundamentos dos diversos componentes do plano de negócios.
- Internalizar a ação Empreendedora.

#### **Conteúdo programático:**

##### UNIDADE I - LIDERANÇA

- Líderes e seguidores
- Poder e liderança
- Abordagens Tradicionais para o entendimento da liderança
- Perspectivas contemporâneas da liderança

##### UNIDADE II - OS NOVOS PARADIGMAS

- Formar empreendedores, e não empresas
- Características comportamentais do Empreendedor
- Avaliação do perfil empreendedor
- Atividade Empreendedora e a motivação realizadora.

##### UNIDADE III - QUESTÕES DE MÉTODOS

- Como desenvolver empreendedores
- O que aprender
- Como aprender
- Os instrumentos metodológicos.

##### UNIDADE IV - ANALISANDO CENÁRIOS E AS TENDÊNCIAS DE MERCADO

- Organizações de aprendizado
- Estabelecimento de objetivos e metas
- Tecnologia de Informações
- Cenários

##### UNIDADE V - GERAÇÃO DE IDÉIAS E TOMADAS DE DECISÃO

- Contextualização
- Conceito,
- Relevância.
- O processo empreendedor: visão e criatividade.
- Formando empreendedores, não empresas.
- O empreendedor e o administrador.

## UNIDADE VI - COMUNICAÇÃO E NEGOCIAÇÃO

- Identificação de oportunidades de negócios
- Avaliação de idéias de negócios
- Seleção de idéias (Macrofiltragem e Microfiltragem)
- Conceituado o negócio
- Aplicando a FOFA – Fortaleza/Fraquezas/Oportunidades/Ameaças

## UNIDADE VII - PLANO DE NEGÓCIOS

- Aspectos Mercadológicos
- Estratégias de marketing – Preço, Promoção, Distribuição, Produto e Diferenciação
- Processos técnicos e operacionais
- Planejamento Financeiro
- Investimento Fixo e Capital de Giro
- Estruturas de custos fixos e variáveis
- Fluxo de Caixa
- Demonstrativo de Lucro/Retorno/Lucratividade

## UNIDADE VIII - REGISTRO DE EMPRESA E LINHAS DE FINANCIAMENTO

### **Bibliografia básica**

BERNARDI, Luiz Antônio. Manual do empreendedor e gestão: Fundamentos, Estratégias e Dinâmica, São Paulo: Atlas, 2003.

CAVALCANTI, Marly (org.). Gestão estratégica de negócios: evolução, cenários, diagnóstica e ação. 2.ed. São Paulo: Thomson Learning, 2007

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando idéias em negócios. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

### **Bibliografia complementar**

DRUKER, P.F. Desafios gerências para o século XXI. São Paulo: Pioneira, 2001.

HINGSTON, Peter. Como abrir e administrar seu próprio negócio. São Paulo Publifolha, 2001.

## **CUSTOS EMPRESARIAIS – 60h/a**

**Ementa:** Aspectos gerais. Definição de contabilidade de custos. Exigência legal e fiscal. Gasto, investimento, custo, despesa, perda, desembolso. Métodos de valoração dos estoques. Custos diretos. Custos indiretos. Custos fixos. Principais métodos de custeio. Custos gerais de serviços.

### **Competências específicas:**

- Identificar e diferenciar os elementos que compõem os gastos da atividade operacional na indústria, comércio e serviço.
- Compreender os princípios contábeis aplicados aos custos, os métodos de valoração dos estoques e os principais métodos de custeio.
- Estabelecer práticas para apuração de custos nas atividades industriais, comerciais e de prestação de serviços.

### **Conteúdo programático:**

#### **UNIDADE I - INTRODUÇÃO**

- Aspectos gerais
- Definição de contabilidade de custos
- Exigência legal e fiscal
- Objetivos
- Campos de aplicação
- Princípios contábeis aplicados a custos
- Departamento ou centro de custo
- Custo integrado e coordenado com a contabilidade
- Gasto, investimento, custo, despesa, perda, desembolso.
- Métodos de valoração dos estoques
- Custos diretos
- Custos indiretos
- Custos fixos
- Principais métodos de custeio

#### **UNIDADE II – CUSTOS E SERVIÇOS**

- Custos nas atividades industriais
- Materiais diretos
- Mão de obra direta (mod)
- Custos gerais de fabricação (cgf)
- Rateio dos custos gerais de fabricação
- Mapa de localização de custos
- Sistemas de acumulação de custos
- Custos nas atividades de serviços
- Serviços de terceiros
- Materiais diversos aplicados em serviços
- Mão de obra direta aplicada em serviços
- Custos gerais de serviços.

#### **Bibliografia básica**

MARION, José Carlos. Contabilidade empresarial: a contabilidade como instrumento de análise, gerência e decisão. 10.ed. São Paulo: Atlas, 2003.

IUDÍCIBUS, Sergio de; MARION, Jose Carlos; LOPES, Christiane Calado V. de Melo; Curso de contabilidade para não contadores. 4.ed.São Paulo: Atlas, 2007.

SILVA, Edson Cordeiro da. Como administrar o fluxo de caixa das empresas. São Paulo: Atlas, 2005.

#### **Bibliografia complementar**

OLIVEIRA, Luís Martins de; JUNIOR, José Hernandez Perez; Contabilidade de custos para não contadores. São Paulo: Atlas, 2000.

DUBOIS, Alexy; KULPA, Luciana; SOUZA, Luiz Eurico de. Gestão de custos e formação de preços. São Paulo: Atlas, 2006.

#### **ECONOMIA – 60h/a**

**Ementa:** Introdução à micro e macroeconomia. Economia. A ciência da escassez. Mercado. Preços. Oferta e demanda. Curvas de demanda. Oferta e equilíbrio. Variações da demanda e oferta. Novo equilíbrio. Noções de mercados e funcionamento dos sistemas econômicos.

**Competências específicas:**

- Compreender o ambiente econômico externo e interno a organização.
- Ter capacidade de tomar decisões de forma tempestiva a partir da percepção de mudanças na economia.
- Preparar a organização para entender a melhor forma de se posicionar numa economia de mercado em constante processo de mudança.
- Estabelecer processos decisórios que leve em conta a economia nacional e internacional.
- Antecipar problemas e oportunidades levando em conta as relações entre as variáveis macroeconômicas, tais como taxa de juros, inflação, PIB entre outros.

**Conteúdo programático:****UNIDADE I – INTRODUÇÃO À MICROECONOMIA**

- Considerações gerais
- A teoria do consumidor
- O funcionamento do mercado
- Elasticidade.

**UNIDADE II – INTRODUÇÃO A MACROECONOMIA**

- Considerações gerais
- Medidas da atividade econômica
- Teoria da determinação da renda
- Teoria monetária e inflação
- Noções de comércio internacional
- Noções de desenvolvimento econômico.

**UNIDADE III – ECONOMIA: A CIÊNCIA DA ESCASSEZ**

- Custo de oportunidade
- Fronteira de produção.

**UNIDADE IV – MERCADO: PREÇOS, OFERTA E DEMANDA**

- Noções de mercados e funcionamento dos sistemas econômicos
- A escala da procura, a curva de procura, a lei da procura
- A escala de oferta, a curva de oferta, a lei da oferta
- O modelo de oferta e demanda ( curvas de demanda, oferta e equilíbrio)
- Deslocamentos nas curvas (variações na demanda e oferta, novo equilíbrio)

**Bibliografia básica**

- CASTRO, Antônio Barros; LESSA, Carlos Francisco. Introdução à economia: uma abordagem estruturalista. 36. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2003.
- MANKIW, N. Gregory. Introdução a economia: princípios de micro e macroeconomia. 2.ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- SAMUELSON, Paul A; NORDHAUS, William D. Economia. 17.ed. Lisboa: McGraw-Hill, 2004.

**Bibliografia complementar**

- PINDYCK, Robert S; RUBINFELD, Daniel L. Microeconomia. 4.ed. São Paulo: Makron, 1999.
- WONNACOTT, Paul; WONNACOTT, Ronald. Economia. 2.ed. São Paulo: Makron, 1994.

## **ESTRATÉGIA EMPRESARIAL – 60h/a**

**Ementa:** Amplitude da atuação estratégica. Estratégia como conceito. Estratégias prescritivas e descritivas. O ambiente organizacional. O ambiente operacional. Estratégias competitivas. Plano estratégico.

### **Competências específicas:**

→ Identificar os diferentes conceitos da estratégia em ação, compreendendo sua amplitude e complexidade.

→ Conhecer as diferentes escolas que marcaram a pesquisa acerca da administração estratégica e a interação entre elas, compreendendo assim seu papel como administrador estratégico.

→ Perceber a importância da compreensão do conceito de “negócio estratégico” e desdobrá-lo em planos de ação.

→ Classificar seus planos de ação de acordo com temas estratégicos, de modo a conceber uma ferramenta de gestão.

### **Conteúdo programático:**

#### **UNIDADE I: AMPLITUDE DA ATUAÇÃO ESTRATÉGICA**

- Estratégia como conceito
- O que é estratégia: O conceito de estratégia e sua pluralidade.
- Planejar ou conceber?
- As estratégias prescritivas: design, planejamento e posicionamento
- As estratégias descritivas: empreendedora, cognitiva, ambiental, cultural, do poder e aprendizado

#### **UNIDADE II: FORMATAÇÃO DE UM PLANO ESTRATÉGICO**

- O ambiente organizacional
- Ambiente interno: negócio, missão e princípios
- O ambiente Operacional: modelo de cinco forças de Porter
- O ambiente geral
- As estratégias competitivas
- Os indicadores estratégicos e o BSC.

### **Bibliografia básica**

PAGNONCELLI, Dernizo e VASCONCELOS FILHO, Paulo de. Construindo estratégias para vencer. Rio de Janeiro: Campus, 2007.

PORTER, Michael. Estratégia Competitiva. 17.ed. Rio de Janeiro: Ed. Campus, 2002.

### **Bibliografia complementar**

DAY, George S. A empresa orientada para o mercado: compreender, atrair e manter clientes valiosos. Porto Alegre: Bookman, 2001.

GREENE, Robert e ELFFERS, Joost. As 48 leis do poder. Rio de Janeiro: Rocco, 2000. WRIGHT, Peter, KROLL, Mark J. E PARNELL, John. Administração estratégica – conceitos. São Paulo: Atlas, 2000.

## **TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO GERENCIAL – 60h/a**

**Ementa:** Introdução aos sistemas de informação. Dados x informação x conhecimento. Conceito, atividades e componentes de um SI. Sistemas de informação nas empresas. Impactos e importância dos sistemas de informação. Tipos de sistemas de informação (SPT, SIG, SAD). Uso e gestão dos sistemas.

**Competências específicas:**

- Reconhecer a importância da informação como recurso corporativo;
- Identificar as formas de integrar as soluções do negócio com a TI para criar vantagem competitiva.
- Analisar as etapas do desenvolvimento dos sistemas de informação e conhecer as aplicações da tecnologia da informação no contexto empresarial.
- Empregar uma postura correta quanto à gestão da informação em ambientes empresariais.

**Conteúdo programático:****UNIDADE I – INTRODUÇÃO E CONCEITOS**

- Introdução aos Sistemas de Informação
- Dados x Informação x Conhecimento
- Conceito, Atividades e Componentes de um SI
- Sistemas de Informação nas Empresas
- Impactos e Importância dos Sistemas de Informação
- Tipos de Sistemas de Informação (SPT, SIG, SAD)

**UNIDADE II – USO E GESTÃO DOS SISTEMAS**

- Uso e gestão de Sistemas e Tecnologias da Informação
- Uso estratégico dos Sistemas de Informação
- Tecnologias da informação aplicadas a processos de gestão empresarial
- CRM (Gestão de Relacionamento com Clientes)
- ERP (Sistemas Integrados de Gestão)
- EDI (Intercâmbio Eletrônico de Dados)
- SCM (Gestão da Cadeia de Suprimentos)
- E-Business (Negócios Eletrônicos)
- Implementação e administração de sistemas e tecnologias de informação.

**Bibliografia básica**

MANAS, Antonio Vico. Administração de sistemas de informação: como otimizar.

MCGEE, James; PRUSAK, Laurence. Gerenciamento estratégico da informação: aumente a competitividade e eficiência de sua empresa utilizando a informação como uma ferramenta estratégica. 11.ed. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

O' BRIEN, James A. Sistemas de Informação: e as decisões gerenciais na era da internet. 9.ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

**Bibliografia complementar**

JAMIL, George Leal. Repensando a ti na empresa moderna: atualizando a gestão com a tecnologia da informação. Rio de Janeiro: Axcel Books, 2001.

REZENDE, Denis Alcides; ABREU, Aline Franca de. Tecnologia da informação aplicada a sistemas de informação empresariais: o papel estratégico da informação e dos sistemas de informação nas empresas. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2001.

**ATIVIDADE COMPLEMENTAR IV – 40h/a**

## 5º PERÍODO

### MÓDULO: GESTÃO DE PESSOAS

#### **FILOSOFIA, ÉTICA E RESPONSABILIDADE SOCIAL – 60h/a**

**Ementa:** Objetivos e métodos da filosofia. Lógica, maiêutica e dialética. Filosofia e ciência. Conhecimento e prática. Saber orgânico e saber fragmentado. Visão histórica da filosofia - a passagem do mito para a filosofia. Definição clássica de filosofia e o surgimento da ética como objeto das reflexões filosóficas; a definição de ética (conceituação, diferença entre ética e moral, moral e moralidade). A ética em Aristóteles. A ética em Kant. A ética de John Rawls: conceito de negócio ético, discussão de temas gerais sobre ética nos negócios e ético do profissional de administração.

#### **Competências específicas:**

→ Ao final da disciplina o aluno deverá estar apto a dominar conhecimentos éticos básicos que nos auxiliam a tomar decisões éticas e acertadas.

→ Apresentar a Responsabilidade Social Empresarial como uma ferramenta indispensável para uma gestão ética e produtiva.

#### **Conteúdo programático:**

##### UNIDADE I - A DEFINIÇÃO CLÁSSICA DE FILOSOFIA

- A passagem do mito para a filosofia
- A filosofia dos Pré-socráticos
- Sócrates e os Sofistas
- O conceito clássico de Filosofia.

##### UNIDADE II - CONCEITO FILOSÓFICO DE ÉTICA

- Conceituação e principais questões
- Diferença entre ética e moral
- Um pouco da história da ética: ética em Aristóteles, ética em Kant, ética em Rawls.

##### UNIDADE III - O CONCEITO DE NEGÓCIO ÉTICO

- A natureza da ética dos negócios: definições e abordagens, a evolução da ética nos negócios, a característica da ética nos negócios, objeções à ética nos negócios
- Abordagens tradicionais da ética nos negócios: utilitarismo, formalismo ético, direitos, justiça, teorias igualitárias, teorias libertárias, teoria da virtude de Aristóteles, escolhendo estruturas éticas
- Uma abordagem sistemática para a teoria ética: o indivíduo e a comunidade, valor e razão moral.

##### UNIDADE IV - TEMAS GERAIS SOBRE ÉTICA DOS NEGÓCIOS

- Negócios e sociedade: a responsabilidade social das organizações
- Negócios e o meio ambiente
- Negócios no seu ambiente cultural
- Negócios no ambiente internacional
- Negócios e consumidores
- A ética no interior das organizações: direitos e deveres dos empregados e dos empregadores.

### **Bibliografia básica**

ARRUDA, Maria Cecília Coutinho de. Fundamentos de ética empresarial e econômica. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

CHAUI, Marilena. Convite à filosofia. 13. ed. São Paulo: Ática, 2003.

SINGER, Peter. Ética prática. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

### **Bibliografia complementar**

LUCKESI, Cipriano Carlos; PASSOS, Elizete Silva. Introdução à filosofia: aprendendo a pensar. 4.ed. São Paulo: Cortez, 2002.

ARRUDA, Maria Cecília Coutinho de. Fundamentos de ética empresarial e econômica. São Paulo: Atlas, 2001.

## **COMPORTEAMENTO ORGANIZACIONAL – 60h/a**

**Ementa:** Evolução histórica da abordagem comportamental na administração. Cultura organizacional. Comportamento e Interação do indivíduo na organização. Posturas, participação, comprometimento com a organização e seus resultados. Mudança organizacional.

### **Competências específicas:**

→ Ao final da disciplina o aluno deverá estar apto a verificar o comportamento das pessoas em contextos de trabalho / organizacionais.

→ Descrever e analisar as variáveis do comportamento humano nas organizações, habilitando ao futuro desempenho técnico-gerencial.

→ Construir uma visão crítica sobre o contexto organizacional atual, as novas demandas advindas deste contexto e os desafios colocados ao profissional de Recursos Humanos neste cenário.

### **Conteúdo programático:**

#### **UNIDADE I – ABORDAGEM COMPORTAMENTAL E CULTURA ORGANIZACIONAL**

- Conceito de Organização.
- A abordagem comportamental e sua evolução
- A cultura nas organizações

#### **UNIDADE II – O INDIVÍDUO NAS ORGANIZAÇÕES**

- Relações interpessoais. Comportamentos e posturas.
- Percepção. Conflito. Comunicação.
- A importância do feed back
- Influência das emoções e do stress

#### **UNIDADE III – PARTICIPAÇÃO, DECISÃO, COMPROMISSO**

- Motivação: conceito, importância e significado
- Liderança: poder, autoridade e participação
- Trabalho em equipe
- Sensibilização e comprometimento nas organizações

#### **UNIDADE IV – DESENVOLVIMENTO ORGANIZACIONAL**

- A mudança na sociedade e nas organizações
- Gestão dos processos de mudança
- Mudança e resistência às mudanças

### **Bibliografia básica**

- FRANÇA, Ana Cristina Limongi. Comportamento organizacional: conceitos e Práticas. São Paulo: Saraiva, 2006.
- ROBBINS, Stephen. Comportamento Organizacional. 11. Ed. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 2005.
- WOOD JUNIOR, Thomaz (Coord.). Gestão empresarial: comportamento Organizacional. São Paulo: Atlas, 2005.

### **Bibliografia complementar**

- ROBBINS, Stephen P. Administração: mudanças e perspectivas. São Paulo: Saraiva, 2005.
- WAGNER III, John A.; Hollenbeck Jonh R. Comportamento Organizacional: criando Vantagem Competitiva. São Paulo: Saraiva 2002

## **LEGISLAÇÃO TRABALHISTA E PREVIDENCIÁRIA – 60h/a**

**Ementa:** O ordenamento jurídico. Duração de trabalho. Segurança e Medicina do Trabalho. Contrato individual de trabalho. Contratos especiais de trabalho. Remuneração e salários. Férias. Fundo de Garantia do tempo de serviço. Direito Sindical. A legislação sobre greve. Previdência social. A justiça do trabalho.

### **Competências específicas:**

→ Ao final da disciplina o aluno deverá estar apto a dominar os conhecimentos de Direito do Trabalho, destinados a solução legal de problemas relacionados ao Contrato de Trabalho, suas implicações e ainda substanciá-los com conhecimento sobre contratos coletivos de modo a capacitá-los para participação em eventuais conflitos.

### **Conteúdo programático:**

#### **UNIDADE I – DIREITO DO TRABALHO**

- Introdução do Direito do Trabalho
- Fontes do Direito do Trabalho
- Ordenamento Jurídico e Princípios Gerais do Direito do Trabalho
- Contrato de Trabalho
- Sujeitos do vínculo
- Formação e suspensão e extinção do vínculo de emprego
- Trabalho da Criança e do Adolescente
- Jornada de Trabalho
- Repouso Semanal Férias
- Salário
- FGTS.

#### **UNIDADE II – ORGANIZAÇÃO SINDICAL E PREVIDÊNCIA**

- Organização Sindical
- Contratos Coletivos
- Seguridade Social
- Assistência e Previdência
- Justiça do Trabalho
- Competência da Justiça do Trabalho
- Reclamação Trabalhista
- Responsabilidade Penal
- Ministério do Trabalho e Fiscalização.

### **Bibliografia básica**

MARTINS, Sergio Pinho. Direito da seguridade social. 24. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MARTINS, Sérgio Pinto. Direito do trabalho. 21. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

OLIVEIRA, Aristeu de. Manual de prática trabalhista. 39. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

### **Bibliografia complementar**

NASCIMENTO, Amauri Mascaro. Curso de direito do trabalho: historia e teoria geral do direito do trabalho. 21. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

NASCIMENTO, Amauri Mascaro. Iniciação ao direito do trabalho. 31.ed. São Paulo: LTr, 2005.

## **ADMINISTRAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS – 60h/a**

**Ementa:** Gestão de pessoas nas diversas teorias das organizações. Moderna visualização da problemática de gestão de pessoas. A abordagem sistêmica das funções de gestão de pessoas.

### **Competências específicas:**

→ Ao final da disciplina o aluno deverá estar apto a Elaborar processos das principais atividades do departamento de Recursos Humanos.

→ Saber analisar políticas e processos e subsistemas de RH com visão de controle interno para melhoria contínua.

→ Adquirir visão sistêmica da existência e missão de uma empresa, valores e cultura e sua aplicação para os empregados.

→ Conhecer e entender o lado do empregador e empregado visando melhor desenvolvimento de um programa de planejamento estratégico para a organização.

### **Conteúdo programático:**

#### **UNIDADE I – PESSOAS E ORGANIZAÇÕES**

- Pessoas
- Organizações
- Pessoas e Organizações.

#### **UNIDADE II – GESTÃO DE PESSOAS**

- Conceito
- Evolução histórica da Gestão de Pessoas
- Teorias Aplicadas em Gestão de Pessoas
- O profissional de Gestão de Pessoas
- Elaboração de Políticas de Gestão de Pessoas
- Motivação e Comprometimento
- Negociação
- As funções da Gestão de Pessoas.

#### **UNIDADE III - A FUNÇÃO APLICAÇÃO DA GESTÃO DE PESSOAS**

- Descrição, análise e avaliação de cargos e salários
- Avaliação de Desempenho.

#### **UNIDADE IV – A FUNÇÃO PROCURA DA GESTÃO DE PESSOAS**

- Planejamento Estratégico de Gestão de Pessoas
- Recrutamento
- Seleção
- Indução.

## UNIDADE V – A FUNÇÃO DESENVOLVIMENTO DA GESTÃO DE PESSOAS

- Treinamento & desenvolvimento
- Desenvolvimento Organizacional.

## UNIDADE VI – A FUNÇÃO MANUTENÇÃO DA GESTÃO DE PESSOAS

- Benefícios Sociais;
- Incentivos;
- Pagamento.

## UNIDADE VII - A FUNÇÃO CONTROLE DA GESTÃO DE PESSOAS

- Banco de Dados
- Sistema de Informação
- Auditoria de Gestão de Pessoas.

### **Bibliografia básica**

BITENCOURT, Cláudia. Gestão Contemporânea de pessoas: novas práticas, conceitos tradicionais. São Paulo: Bookman, 2004.

BOHLANDER, George, SNELL, Scott e SHERMAN, Arthur. Administração de recursos humanos. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

MAYO, A. O valor humano da empresa: valorização das Pessoas como Ativos. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

### **Bibliografia complementar**

GRAMIGNA, Maria Rita. Modelo de Competências e Gestão dos Talentos. São Paulo: Makron Books, 2002.

CHIAVENATO, Idalberto. Recursos humanos. 7.ed São Paulo: Atlas, 2002.

## **DISCIPLINA ELETIVA (LIBRAS – 60h/a)**

**Ementa:** Estrutura da Língua Brasileira de Sinais, legislação vigente. Utilização de saudações em LIBRAS em contexto formal e informal. Compreensão de pequenos diálogos.

### **Competências específicas:**

- Projetar o seu trabalho com alunos surdos a partir do conhecimento da diversidade entre as pessoas no cotidiano escolar.
- Implementar práticas pedagógicas utilizando a língua de sinais, atendendo às necessidades específicas dos alunos surdos.
- Articular o pensamento crítico-reflexivo, como meio de buscar formas alternativas para trabalhar com alunos surdos.
- Construir espaços que permitam refletir sobre a questão das múltiplas linguagens, assim como a gramática da língua de sinais.

### **Conteúdo programático:**

#### UNIDADE I – ESTRUTURA DA LÍNGUA BRASILEIRA DE SINAIS

- Estrutura gramatical;
- Diferenças entre LIBRAS e Língua Portuguesa
- Legislação
- Educação de surdos e novas tecnologias.

#### UNIDADE II – UTILIZAÇÃO DE SAUDAÇÕES EM LIBRAS EM CONTEXTO FORMAL E INFORMAL.

- Expressão facial e corporal
- Localização e Direcionalidade.

UNIDADE III – DAR INFORMAÇÕES QUE ENVOLVAM ESPECIALIZAÇÕES: OBJETOS, PESSOAS E AMBIENTES DA FACULDADE, DA CASA E DO ESCRITÓRIO, COMPREENSÃO DE PEQUENOS DIÁLOGOS.

- Diálogos
- Práticas de Tradução.

#### **Bibliografia básica**

LODI, A. C. B. et al.(Org.). Letramento e minorias. Porto Alegre: Mediação, 2002.

QUADROS, R.M.; KARNOPP, L. B. (Org.) Língua de sinais brasileira: estudos lingüísticos. Porto Alegre: Artmed, 2004.

THOMA, A. da Silva; LOPES, M.C. (Org.) A invenção da surdez: cultura, alteridade e diferença no campo da educação. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2004.

#### **Bibliografia complementar**

SILVA, I. R.; KAUCHAKJE, S.; GESUELI, Z.M. (Org.) Cidadania, surdez e linguagem: desafios e realidades. São Paulo: Plexus, 2003.

LACERDA, C. B. F; GÓES, M.C.R.de.(Org.) Surdez: Processos educativos e subjetividade. São Paulo: Editora Lovise, 2000.

### **DISCIPLINA ELETIVA (COMÉRCIO EXTERIOR – 60h/a)**

**Ementa:** Uma visão do comércio exterior brasileiro - conceitos econômicos, administrativos, cambiais e aduaneiros, acrescentando-se aspectos operacionais.

#### **Competências específicas:**

- Definir conceitos básicos do processo de intermediação de bens e serviços, focalizando o mercado internacional.
- Estudar o conceito de moeda e sua influência sobre o comércio.
- Reconhecer o processo de negociação entre as diversas moedas que participam do comércio internacional.
- Descrever as características e estrutura do mercado de câmbio - seus elementos intervenientes.
- Conhecer etapas do processo de exportação e importação.
- Identificar procedimentos relacionados aos segmentos financeiro e comercial nas áreas de câmbio e comércio exterior.

#### **Conteúdo programático:**

UNIDADE I - CONCEITOS BÁSICOS DO COMÉRCIO INTERNACIONAL

- Definição de comércio, comércio interno e comércio internacional
- Importância e vantagens
- Teorias do comércio internacional.

UNIDADE II – MOEDA

- Origens e evolução
- Tipos de moedas
- Classificação dos sistemas monetários.

UNIDADE III - A MOEDA NO MERCADO INTERNACIONAL

- O conceito de câmbio
- O conceito de taxa de câmbio
- Moedas conversíveis e não conversíveis
- Definição de divisas.

#### UNIDADE IV - MERCADO DE CÂMBIO

- Elementos constituintes
- Órgão oficial normativo e de controle das operações de câmbio
- Instituições particulares complementares do mercado de câmbio.

#### UNIDADE V - O PROCESSO DE EXPORTAÇÃO E IMPORTAÇÃO DE MERCADORIAS

- Tópicos de logística e transporte
- INCOTERMS 2000, principais conceitos
- Noções de contratos no comércio exterior
- Principais documentos no processo de exportação e importação
- SISCOMEX
- Despacho aduaneiro.

#### UNIDADE VI - OPERAÇÕES DE CÂMBIO FINANCEIRO E COMERCIAL

- Classificação das operações de câmbio financeiro e comercial
- Contrato de câmbio
- Carta de crédito
- Cobrança documentária
- Pagamento antecipado
- Remessa direta.

#### **Bibliografia básica**

ROSSETTI, José Paschoal. Introdução à economia. 20. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

BARTOTO, Artur César et al. Comércio exterior: teoria e gestão. São Paulo: Atlas, 2004.

MARINHO, Henrique Jorge Medeiros. Política cambial brasileira. São Paulo: Aduaneiras, 2003.

#### **Bibliografia complementar**

HARTUNG, Douglas S. Negócios internacionais. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

RATTI, Bruno. Comércio internacional e câmbio. 10. ed. São Paulo: Aduaneiras, 2001.

#### **ATIVIDADE COMPLEMENTAR V – 40h/a**

## 6º PERÍODO

### MÓDULO: GESTÃO DE MARKETING

#### **PESQUISA DE MERCADO – 60h/a**

**Ementa:** Natureza e objetivos da pesquisa mercadológica. Etapas de um projeto de Pesquisa de Mercado. Tipos e características dos projetos em pesquisa de mercado. Formulação do Problema. Fontes de informação em pesquisa de mercado. Métodos básicos de coleta de Dados. Amostragem. Planejamento da tabulação. Análise e conclusões da pesquisa. Procedimentos para divulgação da pesquisa de mercado.

#### **Competências específicas:**

- Compreender o papel da pesquisa no dia-a-dia da tomada de decisões mercadológicas.
- Conhecer e diferenciar os tipos de pesquisa.
- Estabelecer práticas de pesquisa no âmbito organizacional.
- Identificar os principais problemas da aplicação da pesquisa de campo, envolvendo suas diferentes fases.
- Proporcionar ao aluno condições para a aplicação, tabulação, análise e produção do relatório final de uma pesquisa de campo.
- Propor ações a partir do reconhecimento de aspectos comportamentais, principalmente dos consumidores alvos das ações mercadológicas.

#### **Conteúdo programático:**

##### UNIDADE I – FUNDAMENTOS DA PESQUISA DE MERCADO

- A natureza da pesquisa de mercado
- Usos e aplicações da pesquisa de mercado
- Etapas do processo de pesquisa
- Definição do problema de pesquisa

##### UNIDADE II - TIPOS E CARACTERÍSTICAS DOS PROJETOS EM PESQUISA DE MERCADO

- A pesquisa exploratória
- A pesquisa descritiva
- A pesquisa causal
- A pesquisa qualitativa

##### UNIDADE III – TIPOS E FONTES DE DADOS

- Tipos de dados: dados primários e dados secundários
- Fontes de dados primários
- Fontes de dados secundários

##### UNIDADE IV – FORMAS DE COLETA DE DADOS

- Métodos de coleta: questionário, entrevista e observação.
- Escalas de medição
- Fases da elaboração do instrumento de pesquisa

##### UNIDADE V - AMOSTRAGEM

- Procedimentos de amostragem.
- Tipos de amostra e amostragens.
- Determinação do tamanho da amostra

## UNIDADE VI – COLETA, PROCESSAMENTO E ANÁLISE DE DADOS

- O trabalho de coleta de dados
- Fases do processamento de dados
- Métodos de análise e interpretação

## UNIDADE VII - COMUNICAÇÃO DOS RESULTADOS

- Elaboração do relatório da pesquisa.
- Procedimentos de divulgação de resultados

## UNIDADE VIII – DIMENSÕES INTERNACIONAIS E ÉTICAS DA PESQUISA

- A pesquisa de mercado no ambiente global
- Questões éticas da pesquisa de mercado

### **Bibliografia básica**

AAKER, David <sup>a</sup> Pesquisa de Marketing. SP, Atlas, 2001.

SAMARA, Beatriz Santos; BARROS, José Carlos. Pesquisa de Marketing. SP, Prentice Hall, 2007.

MALHOTRA, Naresh K. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. 3.ed. Porto Alegre, Bookman, 2001.

### **Bibliografia complementar**

KOTLER, Philip. Administração de Marketing – ed. Do milênio. 10<sup>a</sup> ed. RJ, Prentice hall, 2000.

MATTAR, Fauze N. Pesquisa de Marketing – Ed. Compacta. 2<sup>a</sup> ed. SP, Atlas, 2000.

## **COMPORTEAMENTO DO CONSUMIDOR – 60h/a**

**Ementa:** Evolução dos estudos em comportamento do consumidor. A importância do consumidor. O processo de decisão de compra. Etapas do Processo de decisão de Compra. Variáveis ambientais: aspectos sociológicos, antropológicos e situacionais que afetam o comportamento. Diferenças individuais: aspectos psicológicos que afetam o comportamento. Questões éticas relacionadas ao consumidor.

### **Competências específicas:**

- Compreender a ação das variáveis psicológicas durante o processo de compra.
- Reconhecer aspectos relevantes no direcionamento das atitudes.
- Utilizar recursos psicológicos no desenvolvimento de estratégias gerenciais.
- Propor ações de fidelização de marca.

### **Conteúdo programático:**

#### UNIDADE I – HISTÓRICO E CONCEITUAÇÕES

- Evolução do Estudo do Comportamento do Consumidor
- A importância do Consumidor para o marketing
- Conceituações do Comportamento do Consumidor.

#### UNIDADE I – PROCESSO DE DECISÃO DE COMPRA

- Modelo de processo de decisão de compra
- Etapas.

#### UNIDADE III – VARIÁVEIS AMBIENTAIS

- Aspectos Sócio-culturais
- Aspectos situacionais
- Grupos de referência.

### UNIDADE III – DIFERENÇAS INDIVIDUAIS:

- Recursos do consumidor
- Motivação
- Aprendizagem
- Percepção.

### UNIDADE IV – QUESTÕES ÉTICAS E CONSUMISMO

#### **Bibliografia básica**

BLACKWELL, Roger D.; MINIARD, Paul W. e ENGEL, James F. Comportamento do consumidor. 9ª Edição. São Paulo: Thomson, 2005.

ERNESTO, Mario. Comportamento do consumidor identificado desejos e supérfluos essenciais. São Paulo Saraiva, 2006.

MOWEN, John C. Comportamento do consumidor. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

#### **Bibliografia complementar**

GIGLIO, Ernesto. Comportamento do consumidor e a gerência de marketing. São Paulo: Pioneira, 2003.

SHET, Jagdish N. Comportamento do cliente: indo além do comportamento do consumidor. São Paulo: Atlas, 2001

### **ADMINISTRAÇÃO MERCADOLÓGICA**

**Ementa:** Ambiente de marketing. Composto de marketing. Visão sistêmica do marketing. Mercados e segmentação de mercado. Marketing em diversos contextos. Marketing de produtos e marketing. Segmentação de mercado. Posicionamento de produtos. Planejamento da estratégia para mercados-alvo. Teoria da precificação. Esforço de comunicação. Distribuição. Plano de marketing e aplicações. Marketing de serviços.

#### **Competências específicas:**

- Compreender a função do marketing na organização.
- Conhecer os tipos de marketing: relacionamento, serviços e outros.
- Compreender o plano de marketing.
- Identificar e entender o uso do marketing como vantagem competitiva.
- Conhecer as tecnologias web que implementam as práticas de marketing.
- Elaborar e implantar um plano de marketing com a estratégia e a tecnologia adotada pela empresa.
- Adequar às estratégias de marketing ao ambiente do mercado e web.
- Gerar vantagem competitiva por meio de estratégia que integre o marketing, tecnologia, missão e visão da empresa.

#### **Conteúdo Programático:**

##### UNIDADE I - CONTEXTUALIZAÇÃO

- Cenários do século XXI
- Oferta e demanda global
- Estágios do desenvolvimento econômico
- Evolução em direção a um sistema de mercados
- Definições de mercado.

## UNIDADE II - O AMBIENTE DE MARKETING

- Macro ambiente e micro ambiente de marketing
- Visão sistêmica do marketing
- Definições de marketing
- Definição de sistemas
- Definição de sistema de marketing
- Modelos de sistemas
- 4 P's
- 4 C's
- 4 A's.

## UNIDADE III - SEGMENTAÇÃO E POSICIONAMENTO DE MERCADOS

- Seleção de mercado alvo
- Bases para a segmentação
- Passos para a segmentação do mercado: níveis de segmentação de mercados alvo
- Critérios para a segmentação do mercado.

## UNIDADE IV - MARKETING EM DIVERSOS CONTEXTOS

- Marketing de produtos e serviços
- Marketing das organizações e de locais
- Marketing de produtos
- Definição de produto
- Composto de produto
- Intangibilidade
- Classificação de produto
- Níveis de produto
- Ciclo de vida do produto
- Estratégias aplicadas em cada estágio do ciclo de vida do produto
- Marketing social
- Marketing de pessoas
- Novos tipos de marketing: cultural, esportivo e político.

## UNIDADE V - TENDÊNCIAS DO MARKETING NO SÉCULO XXI

- Marketing de relacionamento e competição em tempo real
- Marketing de relacionamento e a fidelização do cliente
- A importância da ética no marketing;
- Marketing no e-business
- Marketing web.

## UNIDADE VI - O PRODUTO

- O que é um produto
- Classificação dos produtos
- Atributos do produto
- Marcas
- Novos produtos
- Estratégia de desenvolvimento de novos produtos
- Processo de desenvolvimento de novos produtos.

## UNIDADE VII - PREÇO

- Fatores a serem considerados na fixação do preço
- Definição geral de preços.

## UNIDADE VIII - PROMOÇÃO

- O processo de uma comunicação eficaz
- Composto de comunicação
- Esforço de comunicação: objetivos, estratégias e conteúdo.

## UNIDADE IX - DISTRIBUIÇÃO

- Natureza, funções e níveis dos canais de distribuição
- Comportamento e organização dos canais.
- Logística.

## UNIDADE X - PLANO DE MARKETING

- Definição de plano de marketing e sua importância para o sucesso empresarial
- Modelos de plano de marketing
- Formato do plano: oportunidade
- Marketing estratégico
- Marketing tático
- Marketing operacional
- Ação e controle
- O processo de elaboração do plano de marketing.

### **Bibliografia Básica:**

BOONE, Louis E. Marketing contemporâneo. Colaboração de David L. Kurtz. 8. ed. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1998.

MCCARTHY, E. Jerome. Marketing essencial: uma abordagem gerencial e global. Colaboração de William D Perreault Júnior. Traduzido por Ailton Bomfim Brandão. São Paulo: Atlas, 1997.

GIGLIO, Ernesto. O comportamento do consumidor e a gerência de marketing. São Paulo: Pioneira, 1996. (Biblioteca Pioneira de Administração e Negócios).

### **Bibliografia Complementar:**

COBRA, Marcos. Administração de marketing. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1992.

ROBILSON, William. Marketing promocional. São Paulo: Makron Books, 1993.

## **GESTÃO DE VENDAS – 60h/a**

**Ementa:** Administração de vendas. Processo de vendas. Planejamento de vendas. Administração do preço, custo, valor e competitividade. Método de definição de preços e técnica de negociação. Marketing. Indivíduo na organização.

### **Competências específicas:**

→ Proporcionar ferramentas úteis e necessárias para a organização do trabalho de vendas.

→ Contribuir para uma visão global e estruturada da atividade comercial, com processos, ferramentas, métodos e passos.

→ Gerir informações para o cliente, colaboradores e empresa como um todo, no que se refere a tradução da eficiência dos serviços e a satisfação do cliente, bem como a utilização de tecnologias inerentes às operações de vendas.

→ Planejar, organizar e controlar as equipes de trabalho, avaliando relatórios sobre diferentes situações apresentadas pelo mercado, supervisionando a utilização de instrumentos de prospecção, métodos e técnicas de vendas.

### **Conteúdo programático:**

#### **UNIDADE I - ADMINISTRAÇÃO DE VENDAS**

- Formação e desenvolvimento de equipes de vendas
- Técnica de vendas de produtos e serviços
- Processo de vendas e planejamento de vendas
- Operações financeiras na área de vendas
- Administração do preço, custo, valor e competitividade
- Método de definição de preços e Técnica de Negociação

#### **UNIDADE II - LOGÍSTICA**

- Conceitos, funções, custos e fluxos.
- Logística: a importância para a economia mundial.
- Sistemas logísticos. Logística global.

#### **UNIDADE III - MARKETING**

- Fundamentos de marketing
- Planejamento estratégico de marketing.
- Pesquisa de mercado.
- Lançamento e ciclo de vida de produto, branding e marca.
- Merchandising, serviços, endomarketing.
- Segmentação de mercado.
- Marketing de relacionamento e CRM.

#### **UNIDADE IV - PSICOLOGIA**

- A Ética nas relações humanas
- A ética num contexto organizacional.
- Gerenciamento de conflitos interpessoais
- Indivíduo na organização
- Visão organizacional
- As relações de trabalho.
- Liderança: Comando, modelos, desafios, exemplos, identificação do modelo. Capacidade de Mudança da Liderança.
- Mudança nas organizações distribuição.
- Automação de Equipes de vendas.

### **Bibliografia básica**

CHURCHIL, Gilbert A. Marketing: Criando valor para os clientes. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

KOTLER, Philip, Administração de Marketing. 12ª ed. São Paulo: Person Prentice Hall, 2006.

CASTRO, Luciano Thomé e; NEVES, Marcos Fava. Administração de vendas: planejamento, estratégia e gestão. São Paulo: Atlas, 2005.

### **Bibliografia complementar**

KOTLER, Philip Administração de marketing: Análise, Planejamento, Implementação e Controle. 5ª Edição. São Paulo: Ed Atlas, 1998.

SZULCSEWSKI, Charles John e MEGIDO, J.L.Tejon. Administração Estratégica de Vendas e Canais de Distribuição. 1ª Edição. São Paulo: Ed. Atlas, 2002.

## **DISCIPLINA ELETIVA (ADMINISTRAÇÃO DE EVENTOS – 60h/a)**

**Ementa:** História e influência sócio-econômica dos eventos. Empresa organizadora de eventos e sua formalização no mercado de trabalho. Organizador de eventos e o trabalho em equipe. Tipologia dos eventos públicos e privados. Normas de cerimonial e protocolo. Planejamento, procedimentos e gestão nas etapas pré-evento, evento e pós-evento. Formas de tratamento, postura e etiqueta. A importância dos eventos para o desenvolvimento do turismo e trabalho de captação de eventos e incentivo à eventos fixos.

### **Competências específicas:**

- Distinguir e analisar os vários conceitos de eventos ao longo da evolução da atividade identificando sua importância econômica e social.
- Analisar os principais itens do planejamento global de um evento evidenciando o relacionamento da empresa organizadora.
- Destacar a importância da realização de eventos no desenvolvimento do turismo e das empresas que compõem o trade turístico.

### **Conteúdo programático:**

#### UNIDADE I - ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS

- Histórico dos eventos
- Influência sócio-econômica dos eventos para uma região
- O organizador de eventos e o trabalho em equipe
- A formalização do organizador de eventos.

#### UNIDADE II - PLANEJAMENTO E GESTÃO DOS EVENTOS

- O objetivo do evento
- Tipologia do evento
- Procedimentos nas etapas do pré-evento, evento e pós-evento
- Marketing aplicado aos eventos
- Gestão do evento
- Avaliação do evento.

#### UNIDADE III - CERIMONIAL E PROTOCOLO

- Histórico do cerimonial
- Cerimonial e protocolo no âmbito das organizações
- Cerimonial e protocolo oficial
- Decreto nº 70.272 de 09 de março de 1972 - normas do cerimonial público e a ordem geral de precedência.

#### UNIDADE IV - TURISMO DE EVENTOS

- A importância dos eventos para o desenvolvimento do turismo
- Os roteiros turísticos e os eventos
- Os destinos e infraestrutura turística para eventos
- Captação de eventos
- Promoção de eventos fixos para o desenvolvimento de um destino turístico.

### **Bibliografia Básica:**

- WATT, David C. Gestão de eventos em lazer e turismo. Traduzido por Roberto Cataldo Costa. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- ALLEN, Johnny et al. Organização e gestão de eventos. Traduzido por Marise Philbois Toledo. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
- TORRES, Raul; PSISPOLI, Reginaldo. A força econômica do turismo e o pulsante mercado de eventos. Brasília: Redgraf, 2003.

**Bibliografia Complementar:**

- BRITO, Janaina F. Nena. Estratégia para eventos: uma ótica do marketing e do turismo. São Paulo: Aleph, 2002.
- MELO NETO, Francisco Paulo de. Marketing de eventos. 4. ed. Rio de Janeiro: [s.n.], 2003.

**DISCIPLINA ELETIVA (PUBLICIDADE E PROPAGANDA – 60h/a)**

**Ementa:** Elementos do composto de comunicação de Marketing, Publicidade e Propaganda, com base numa abordagem gerencial. Fundamentos aplicados ao desenvolvimento do esforço estratégico da comunicação empresarial.

**Competências específicas:**

- Situar a Propaganda e Publicidade no sistema de Marketing como estratégia de comunicação empresarial e apresentando a lógica dos processos de comunicação e persuasão aplicados à disciplina.
- Demonstrar a estrutura básica de um projeto de campanha de publicidade e propaganda e apresentando os critérios básicos que podem ser observados na determinação da verba publicitária.
- Identificar os veículos de comunicação por categoria e possibilitar uma eficaz utilização dos canais de veiculação, elaborando programas operacionais de mídia e verificar custos da veiculação.
- Proporcionar compreensão das medidas da eficácia da publicidade e propaganda, demonstrando a aplicabilidade de métodos de controle e avaliação de publicidade e propaganda.
- Verificar os efeitos da publicidade e propaganda numa visão mais abrangente.
- Analisar a decisão acertada dos critérios mais apropriados na avaliação das agências de propaganda.

**Conteúdo programático:****UNIDADE I - FUNDAMENTOS DA PROPAGANDA E DA PUBLICIDADE**

- Conceitos básicos
- Propaganda no contexto do marketing
- Processo de comunicação
- Processo persuasivo
- Ação da propaganda sobre a demanda.

**UNIDADE II - ÁREAS DE DECISÃO**

- Público alvo (Target)
- Planejamento da publicidade e da propaganda
- Orçamentação (verba publicitária)
- Mensagens publicitárias
- Veiculação (mídia)
- Controle e análise da propaganda
- Agência de propaganda.

**UNIDADE III - AÇÕES ESTRATÉGICAS**

- Lançamento de novos produtos
- Campanhas de sustentação
- Propaganda institucional
- Branding
- Manutenção de recall
- Marketing de diferenciação.

#### UNIDADE IV - PLANEJAMENTO DA PUBLICIDADE E PROPAGANDA

- Informações de base
- Público alvo (Target)
- Objetivos das campanhas de publicidade e propaganda
- Projeto de campanha de publicidade e propaganda.

#### UNIDADE V - ORÇAMENTAÇÃO DA PUBLICIDADE E PROPAGANDA

- Conceitos básicos
- Métodos de orçamentação da publicidade e propaganda.

#### UNIDADE VI - MENSAGENS DE PROPAGANDA

- Conceitos básicos
- Estrutura da mensagem de publicidade e propaganda
- Modelos de elaboração e julgamento das mensagens de publicidade e propaganda.

#### UNIDADE VII - VEICULAÇÃO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

- Classificação dos veículos de comunicação
- Fatores básicos para escolha dos veículos de comunicação
- Características principais dos veículos de comunicação mais usuais
- Estratégias de mídia
- Plano de mídia
- Custo relativo de mídia.

#### UNIDADE VIII - CONTROLE E AVALIAÇÃO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

- Medidas da eficácia da publicidade e propaganda
- Métodos de controle e avaliação
- Efeito residual da propaganda.

#### UNIDADE IX - AGÊNCIA DE PROPAGANDA

Conceituar agência de propaganda

Funções da agência de propaganda

Estrutura organizacional da agência de propaganda

Remuneração da agência de propaganda

Escolha da agência de propaganda.

#### UNIDADE X - LINGUAGEM PROFISSIONAL

Terminologia usual da atividade de publicidade e propaganda.

#### **Bibliografia Básica:**

CORREIA, Planejamento de propaganda. São Paulo: Global, 2004.

PREDEBON, Jose (Coord.). Curso de propaganda: do anuncio a comunicação integrada. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

EUSTACHIO, José. Entenda propaganda: 101 perguntas e respostas sobre como usar o poder da propaganda para gerar negócios. São Paulo: Senac, 2003.

#### **Bibliografia Complementar:**

SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

ZYMAN, Sérgio. A propaganda que funciona. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

#### **ATIVIDADE COMPLEMENTAR VI – 40h/a**

## 7º PERÍODO

### MÓDULO: LOGÍSTICA E RECURSOS MATERIAIS

#### **ADMINISTRAÇÃO DA PRODUÇÃO – 60h/a**

**Ementa:** Conceitos de produção. Evolução da administração da produção. Projeto do sistema de produção. Sistema produtivo. Controle da produção. Cadeia produtiva.

#### **Competências específicas:**

- Classificar os sistemas de produção em função das características de mercado.
- Identificar os métodos usuais nas operações do sistema produtivo.
- Relacionar os principais tipos de controles usuais para os processos produtivos.

#### **Conteúdo programático:**

##### UNIDADE I - INTRODUÇÃO

- Conceito e Evolução da Administração da Produção e Operações
- Sistema de Produção e Tipos de Sistemas de Produção
- Planejamento Estratégico de Manufatura

##### UNIDADE II - PROJETO DO SISTEMA DE PRODUÇÃO

- Planejamento da Capacidade Produtiva
- Localização de Instalações
- Projeto do Produto e do Processo
- Layout de Produção

- Métodos de Medida do Trabalho

##### UNIDADE III - OPERAÇÃO DO SISTEMA PRODUTIVO

- Métodos de Previsão de Demanda
- Métodos de Montagem do Planejamento Agregado
- Programação e Controle da Produção - PCP
- Diagrama de Rede – PERT/CPM

##### UNIDADE IV - CONTROLE

- Controle Estatístico da Qualidade
- Medidas de Produção e Produtividade
- SCM (Gestão da Cadeia de Suprimentos)
- E-Business (Negócios Eletrônicos)
- Implementação e administração de sistemas e tecnologias de informação.

#### **Bibliografia básica**

MARTINS, Petrônio G. & LAUGENI, Fernando P. Administração da produção. 2 ed. São Paulo: Saraiva 2006.

REID, R. Dan; SANDERS, Nada R. Gestão de operações. Rio de Janeiro: LTC, 2005.

STEVENSON, William J. Administração das operações de produção. 6 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2001.

#### **Bibliografia complementar**

GAITHER, Norman & FRAZIER, Greg. Administração da Produção e Operações. 8 ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

MARTINS, Petrônio G. & LAUGENI, Fernando P. Administração da produção. São Paulo: Saraiva 2002.

## **LOGÍSTICA EMPRESARIAL E CADEIA DE SUPRIMENTOS – 60h/a**

**Ementa:** Logística empresarial. Cadeia de suprimentos. Estratégia e planejamento. Sistemas, instrumentos de controle e avaliação. Serviço ao cliente. O produto logístico. Processamento do pedido e sistemas de informação. Estratégia do transporte, fundamentos e decisões. Estratégia e gerenciamento de estoques. Compras e a programação de suprimentos. Sistema de estocagem e manuseios. Estratégia de localização. Organização e controle de suprimentos/Logística empresarial. Tópicos complementares em Logística empresarial.

### **Competências específicas:**

- Descrever e analisar a importância da administração de materiais no sistema empresa, identificando seus conceitos, objetivos, funções e estruturas de administração de materiais, suas atribuições específicas com vistas a integração com as outras áreas da empresa organização.
- Identificar e analisar modelos de gestão de estoques, operando sistemas de controle e identificando seus instrumentos.
- Justificar a importância da abordagem logística na administração de materiais.
- Descrever e analisar os procedimentos adotados no armazenamento dos materiais com vistas a redução dos custos, identificando as técnicas de armazenagem tendo em vista as normas de estocagem.
- Descrever e analisar os procedimentos adotados no armazenamento dos materiais com vistas a redução dos custos, identificando as técnicas de armazenagem tendo em vista as normas de estocagem.
- Analisar a função, o processo de compras na empresa e seus custos operacionais destacando sua estrutura, organização e procedimentos.
- Identificar e aplicar técnicas de processamento de dados possibilitando ao aluno analisar os principais relatórios emitidos pelo sistema para tomada de decisão na gestão dos materiais na empresa.
- Justificar a importância da estocagem e manuseio na administração de materiais, descrevendo e analisando os tópicos complementares da logística, suas características, estrutura e atuação.

### **Conteúdo Programático:**

#### **UNIDADE I - LOGÍSTICA EMPRESARIAL/CADEIA DE SUPRIMENTOS**

- Introdução, missão, conceitos, objetivos e funções
- Integração logística
- Cadeia de suprimentos: estrutura e atividades
- Estratégias e planejamento
- Principais áreas de planejamento em logística.

#### **UNIDADE II - O PRODUTO LOGÍSTICO E OS SERVIÇOS AO CLIENTE**

- Natureza e características do produto
- Análise da curva 80-20
- Serviço ao cliente: definição, objetivos e custos
- A variabilidade e características dos serviços
- Classificação dos serviços ao cliente
- Exercícios práticos.

### UNIDADE III - PROCESSAMENTO DE PEDIDOS E SISTEMAS DE INFORMAÇÃO

- Definição e objetivos
- Estrutura do processamento do pedido
- O ciclo do pedido e o tempo de processamento
- Fatores importantes
- Tipos de pedidos
- Sistemas de informação logística
- Técnicas de gerenciamento eletrônico no processo do pedido.

### UNIDADE IV - ESTRATÉGIA DO TRANSPORTE.

- O sistema de transporte: importância e características
- Criação de valor para produtos e serviços;
- Os modais de transporte: características específicas
- Serviços intermodais
- Custos dos transportes versus custo logístico
- Decisões sobre transporte: roteirização e programação
- Exercícios práticos.

### UNIDADE V - ESTRATÉGIA E GERENCIAMENTO DE ESTOQUES.

- Previsões de demanda: importância, tipos, métodos e técnicas
- Tipos de demanda
- Gerenciamento de estoques puxado e empurrado
- Sistemas de controle de estoques: características e aplicação
- O processo do lote econômico e suas particularidades
- Os custos do estoque
- Instrumentos e técnicas de controle de estoques, exercícios práticos.

### UNIDADE VI - COMPRAS E PROGRAMAÇÃO DE SUPRIMENTOS

- Compras: conceito, objetivos e funções
- Estrutura de compras
- Seleção das fontes de fornecimento
- O processo de negociação em compras
- Programação de suprimentos JIT
- Características e cuidados
- Planejamento das necessidades - MRP características, cuidados e aplicabilidade.

### UNIDADE VII - SISTEMA DE ESTOCAGEM E MANUSEIO

Estrutura do sistema, funções e características

Custos de estocagem e alternativas de estocagem

O manuseio de materiais, o espaço, os equipamentos e os custos

Dimensionando o espaço para estocagem e manuseio..

### UNIDADE VIII - TÓPICOS COMPLEMENTARES DA LOGÍSTICA

Logística globalizada: características e atuação

Logística reserva: estrutura, características e aplicabilidade

Alianças logísticas: importância na conjuntura moderna

Gestão logística por processos.

**Bibliografia Básica:**

ANDRADE, Rui Otávio Barnardes; ALYRIO, Rovigati Danilo. Princípios de negociação. São Paulo: Atlas, 2004.

BALLOU, Ronald H. Gerenciamento da cadeia de suprimentos / logística empresarial. Porto Alegre: Bookman, 2006.

BERTAGLIA, Paulo Roberto. Logística e gerenciamento da cadeia de abastecimento. São Paulo: Saraiva, 2003.

**Bibliografia Complementar:**

FLEURY, Paulo Fernando(Org.);WANKE, Peter(Org.);FIGUEIREDO, Kleber Fossati (Org.). Logística empresarial: a perspectiva brasileira. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2000. (Coleção COPPEAD de Administração).

SILVA, Claudio Ferreira da; PORTO, Marcos Maia. Transportes, seguro e distribuição física internacional de mercadorias. São Paulo: Aduaneiros, 2003.

**ADMINISTRAÇÃO DE SERVIÇOS – 60h/a**

**Ementa:** Conceitos e definições. Diferenças entre bens e serviços. Evolução do ambiente de serviços. Componentes da gestão integrada de serviços. Classificação dos serviços. Serviço como processo. Serviço como sistema. Sistema de trabalho. Operações de serviços. Controle.

**Competências específicas:**

→ Relacionar as principais categorias de serviços, seus contextos operacionais e métodos gerenciais;

→ Identificar processos e fluxogramas de operações genéricas para a prestação de serviços em seu ambiente natural;

→ Estabelecer relação cognitiva entre estratégias e avaliações na condição de Sistemas Integrados;

**Conteúdo programático:****UNIDADE I - INTRODUÇÃO**

- Conceitos e Definições
- Diferenças entre Bens e Serviços
- Evolução do Ambiente de Serviços
- Componentes da Gestão Integrada de Serviços
- Classificação dos Serviços
- Serviço como Processo e como Sistema

**UNIDADE II - SISTEMA DE TRABALHO**

- Estratégia em Serviços
- Medição do Trabalho
- Curva de Aprendizagem

**UNIDADE III - OPERAÇÕES DE SERVIÇOS**

- Projeto de Serviço
- Processo de Prestação de Serviço
- Fluxograma de Operação de Serviço - Esquematização
- Modelos de Eficiência Aplicados a Serviços
- Soluções Aplicadas a Problemas de Operações de Serviço

**UNIDADE IV - CONTROLE**

- Medição da Qualidade do Serviço
- Análise de Falha e Recuperação do Serviço
- Sistema de Informação sobre a Qualidade do Serviço.

### **Bibliografia básica**

FITZSIMMONS, James A.; FITZSIMMONS, Mona J. Administração de serviços: operações, estratégia e tecnologia da informação. 4 ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

MOREIRA, Daniel A. Administração da produção e operações. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.

MOREIRA, Daniel A. Administração da produção e operações. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2000.

### **Bibliografia complementar**

GEORGE, Michael L. Lean. Seis sigmas para serviços. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

HOFFMAN, K. Douglas, BATESON, John E. G. Princípios de marketing de serviços: conceitos, estratégias e casos. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

## **GESTÃO AMBIENTAL**

**Ementa:** Abordagem integrada das relações empresariais e as questões sócio-ambientais, a partir de um sistema de planejamento, segundo os princípios do desenvolvimento sustentável. Conceitos, desempenho empresarial, viabilidade econômica e política ambiental.

### **Competências específicas:**

→ Conceituar Ecologia e Poluição Ambiental, baseando-se no conceito e nos princípios do Desenvolvimento Sustentável, focando a importância da Educação Ambiental.

→ Conceituar Estudos de Impactos Ambientais (EIA) e Relatório de Impacto do Meio Ambiente (RIMA), contextualizando a nova série de normas internacionais, focando o surgimento das normas ambientais e sua interferência no mundo dos negócios.

→ Demonstrar um Sistema de Gestão Ambiental (SGA), identificando o registro e a Certificação de um SGA, com base na Série ISO 14000.

→ Identificar e demonstrar o SGA na ISO14000, no que tange a auditoria ambiental e a análise do Ciclo de Vida.

→ Identificar a formação do Grupo de Apoio a Normatização Ambiental (GANNA), e sua função em relação as normas brasileiras da ISO14000, já publicadas.

→ Apresentar as novas tecnologias da gestão ambiental dando ênfase as estratégias ambientais.

### **Conteúdo Programático:**

#### **UNIDADE I - HISTÓRICO DA GESTÃO AMBIENTAL**

- Conceito, objetivos e funções
- Conservação racional do meio ambiente
- Preservação ambiental no contexto da gestão empresarial
- Conscientização ambiental
- Atuação responsável e racional dos recursos naturais renováveis.

#### **UNIDADE II - TEORIA DA GESTÃO AMBIENTAL**

- Gestão da qualidade
- Legislação ambiental
- Licenciamento ambiental
- Auditoria ambiental.

### UNIDADE III - POLÍTICA AMBIENTAL NA EMPRESA

- SGA – etapas
- Política ambiental
- Planejamento
- Implantação e operação
- Monitoramento e ações corretivas
- Análise crítica.

### UNIDADE IV - NORMAS AMBIENTAIS INTERNACIONAIS

- Histórico
- Objetivos e abrangência
- ISO14000 e auditoria ambiental.

### UNIDADE V - PARTICIPAÇÃO DO BRASIL NA ISO

- Delimitação do Brasil no Grupo de Apoio a Normalização Ambiental – GANA
- Relação entre as Normas ISO14000 E as empresas brasileiras
- Conhecimento dos termos ambientais (siglas e abreviaturas).

### UNIDADE VI - SISTEMAS AMBIENTAIS - SOLUÇÕES E ALTERNATIVAS

- Conceitos
- Tecnologias limpas
- Minimização de custos
- Valorização
- Reciclagem
- Recuperação
- Tratamento
- Incineração e disposição.

### UNIDADE VII - PRODUTO VERDE

- Conceito
- Importância;
- Características
- Descartabilidade.

#### **Bibliografia Básica:**

MAIMON, Dália. Passo a passo da gestão ambiental. SEBRAE, 1999.

BACQUER. Paul D. Gestão ambiental: administração verde. São Paulo: Qualitymark, 1998.

LOPEZ, Igenes et alli. Gestão ambiental no Brasil: experiências e sucesso. Rio de Janeiro: FGV, 1999.

VITERBO Jr. Enio. Sistema integrado da gestão ambiental. São Paulo: Aquariana, 1999.

#### **Bibliografia Complementar:**

SETTI, Arnaldo Augusto. A questão ambiental: o que todo empresário precisa saber. SEBRAE, 1996.

GRADVOHL, Albert Brasil. Embalagens de alimentos: uma visão mercadológica e ambiental. Fortaleza: SEBRAE, 1997.

## **TÓPICOS EMERGENTES DE LOGÍSTICA – 60h/a**

**Ementa:** Modelos de negócios empresariais. Desafios na cadeia de abastecimento. Evolução da logística. Logística. Reversa.

### **Competências específicas:**

- Relacionar as tecnologias gerenciais em vigência no mercado atual.
- Identificar pontos congruentes entre as diferentes tecnologias gerenciais.
- Interpretar situações/casos através de tecnologias disponíveis no mercado.
- Desenvolver modelos gerenciais, com base nas tecnologias, para empresas que atuam em segmentos específicos.

### **Conteúdo programático:**

#### **UNIDADE I – INTRODUÇÃO**

- Novas Tecnologias
- Planejamento Colaborativo (Collaborative, Planning, Forecasting and Replenishment – CPFR)
- Gestão do Relacionamento com Clientes (Customer Relationship Management - CRM)
- Sistemas, Aplicativos e Produtos para Processamento de Dados (System Application and Products in Data Processing – SAP).

#### **UNIDADE II - NOVOS MODELOS DE NEGÓCIOS EMPRESARIAIS – DESAFIOS NA CADEIA DE ABASTECIMENTO**

- O Comércio Eletrônico
- Oportunidades e Benefícios do Comércio Eletrônico
- Business-to-business (B2B)
- Business-to-consumer (B2C).

### **Bibliografia básica**

BERTAGLIA, Paulo Roberto. Logística e Gerenciamento da Cadeia de Abastecimento. São Paulo: Saraiva, 2003.

MARTINS, Petrônio G. & LAUGENI, Fernando P. Administração da Produção. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

STEVENSON, William J. Administração das Operações de Produção. 6 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2001.

### **Bibliografia complementar**

NIGEL, Slack. et. AL.]. Administração da Produção. rev. téc. Henrique Corrêa, Irineu Giansi. São Paulo: Atlas, 1996.

RITZMAN, Larry P., KRAJEWSKI, Lee. Administração da Produção e Operações. Trad.

## **ATIVIDADE COMPLEMENTAR VII – 30h/a**

## 8º PERÍODO

### MÓDULO: GESTÃO FINANCEIRA E ORÇAMENTO

#### **ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA – 60h/a**

**Ementa:** Introdução à administração financeira. Fundamentos do valor do dinheiro no tempo. Avaliação de títulos de renda fixa. Avaliação de ações. Risco e retorno. Custo de capital. Alavancagem e estrutura de capital. Orçamento de capital. Administração do capital de giro.

#### **Competências específicas:**

- Classificar as principais decisões estratégicas em Finanças.
- Introduzir os conceitos de risco e retorno e como afetam a realidade empresarial.
- Discutir as questões relativas à estrutura de capital das empresas.

#### **Conteúdo programático:**

##### UNIDADE I - INTRODUÇÃO

- O que são finanças?
- O papel do administrador financeiro
- Quem é o administrador financeiro? Carreira em finanças
- Objetivos da empresa do ponto de vista financeiro
- Decisões financeiras básicas

##### UNIDADE II - RISCO E RETORNO

- Fundamentos de risco e retorno
- Retorno e risco de um ativo individual
- Retorno e risco de uma carteira de ativos
- O modelo de precificação de ativos de capital - CAPM

##### UNIDADE III - TAXAS DE JUROS E AVALIAÇÃO DE TÍTULOS DE RENDA FIXA

- Fundamentos de avaliação
- Taxa de juros e retorno exigido
- Avaliação de títulos de dívida
- Comportamento do valor do título de dívida

##### UNIDADE IV - AVALIAÇÃO DE AÇÕES

- Capital de terceiros e capital próprio
- Ações ordinárias e preferenciais
- Avaliação da ação ordinária
- Tomada de decisões e valor da ação ordinária

##### UNIDADE V - CUSTO DE CAPITAL, ALAVANCAGEM E ESTRUTURA DE CAPITAL

- Premissas básicas
- Custo da dívida
- Custo da ação preferencial
- Custo da ação ordinária
- Custo médio ponderado de capital (CMPC)
- Alavancagem operacional e financeira
- Abordagem LAJIR-LPA
- Estrutura ótima de capital

### **Bibliografia básica**

GITMAN, Lawrence. Princípios de administração financeira. 10.ed São Paulo: Pearson, 2006.

ASSAF NETO, A. Finanças corporativas e valor. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2007.

ROSS, Stephen; WESTERFIELD, Randolph; JAFFE, Jeffrey. Administração financeira: corporate finance. 2.ed.São Paulo: Atlas, 2002.

### **Bibliografia complementar**

HOJI, Masakazu. Administração financeira: uma abordagem prática. 2.ed.São Paulo: Atlas, 2006.

ROSS, Stephen; WESTERFIELD, Randolph; JAFFE, Jeffrey. Administração financeira: corporate finance. 2.ed.São Paulo: Atlas, 2002.

## **MERCADO FINANCEIRO**

**Ementa:** Introdução. Mercados do dinheiro. Empresas e o mercado de capitais. Mercados de ações. Análise de ações. Mercado de derivativos.

### **Competências específicas:**

- Identificar os agentes que compõem o Sistema Financeiro Nacional;
- Caracterizar os mercados do dinheiro;
- Demonstrar a relação entre as empresas e o mercado de capitais, bem como os mecanismos para a abertura de capital;
- Apresentar os mercados de ações e derivativos, assim como as técnicas de análise de ações.

### **Conteúdo programático:**

#### **UNIDADE I – INTRODUÇÃO**

- Panorama do Mercado Financeiro Nacional
- Principais mercados financeiros
- Sistema Financeiro Nacional
- Função dos bancos

#### **UNIDADE II - OS MERCADOS DO DINHEIRO**

- Mercado monetário
- Mercado de câmbio
- Mercado de crédito
- Mercado de capitais

#### **UNIDADE III - AS EMPRESAS E O MERCADO DE CAPITALIS**

- Mercado de capitais e a economia
- Estrutura do mercado de capitais
- Bolsas de valores
- A Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA)

#### **UNIDADE IV - MERCADO DE AÇÕES**

- Mercado à vista
- Mercado a termo
- Mercado futuro de ações
- Mercado de opções
- Índices da BOVESPA
- Abertura de capital

## UNIDADE V - ANÁLISE DE AÇÕES

- Análise técnica x análise fundamentalista
- Conceitos e definição de análise técnica
- Teoria de Dow
- Teoria das ondas de Elliot
- Análise através de gráficos
- Indicadores técnicos

## UNIDADE VI - MERCADO DE DERIVATIVOS

- Mercado de futuros
- Mercado de opções
- Mercado a termo
- Mercado de swaps

### **Bibliografia básica**

ASSAF NETO, Alexandre. Mercado financeiro. 5.ed.São Paulo: Atlas, 2003.

BRITO Osias. Mercado financeiro. São Paulo: Saraiva 2005.

FORTUNA, Eduardo. Mercado financeiro: Produtos e Serviços. 15.ed.São Paulo: Rio de Janeiro, 2002.

### **Bibliografia complementar**

PINHEIRO, Juliano Lima. Mercado de capitais: Fundamentos e Técnicas. São Paulo: Atlas, 2001.

MELAGI F., A.; ISHIKAWA, S. Mercado financeiro e de capitais. São Paulo: Atlas, 2002.

## **ORÇAMENTO EMPRESARIAL – 60h/a**

**Ementa:** Introdução. O processo de planejamento financeiro. Orçamentos de caixa. Fundamentos das demonstrações projetadas. Avaliação de demonstrativos projetados. Caixa e títulos negociáveis. Duplicatas a receber e estoques.

### **Competências específicas:**

- Discutir as questões relacionadas à administração do capital de giro e ao planejamento financeiro de curto prazo;
- Mostrar o conceito de capital circulante líquido e sua importância para o gestor financeiro;
- Apresentar técnicas de gestão do caixa, títulos negociáveis, duplicatas a receber e estoques.

### **Conteúdo programático:**

#### UNIDADE I - INTRODUÇÃO

- O processo de planejamento financeiro;
- Orçamentos de caixa
- Fundamentos das demonstrações projetadas;
- Avaliação de demonstrativos projetados.

#### UNIDADE II - CAPITAL CIRCULANTE LÍQUIDO E FINANCIAMENTO A CURTO PRAZO

- Evolução do caixa e do Capital de giro líquido
- Estratégias de administração do capital de giro líquido
- Alguns aspectos da política financeira de curto prazo
- Financiamento a curto prazo

### UNIDADE III - CAIXA E TÍTULOS NEGOCIÁVEIS

- Saldo de caixa e títulos negociáveis
- Determinação de saldos de caixa
- Administração do caixa
- Ciclo operacional e ciclo de caixa
- Float e gestão de caixa
- Títulos negociáveis

### UNIDADE IV - DUPLICATAS A RECEBER E ESTOQUES

- Seleção de créditos
- Alterações nos padrões de crédito
- Alteração nas condições de crédito
- Política de cobrança
- Administração de estoques
- Gestão de estoques e impacto financeiro
- Técnicas para a administração de estoques.

#### **Bibliografia básica**

ASSAF NETO, A. Finanças corporativas e valor. 2.ed.São Paulo: Atlas, 2005.

GITMAN, Lawrence. Princípios de administração financeira. 10.ed. São Paulo: Pearson, 2006.

ASSAF NETO, A. Finanças corporativas e valor. 3.ed.São Paulo: Atlas, 2007.

#### **Bibliografia complementar**

HOJI, Masakazu. Administração Financeira: uma abordagem prática. São Paulo: Atlas, 2006.

ROSS, Stephen; WESTERFIELD, Randolph; JAFFE, Jeffrey. Administração financeira: Corporate Finance. São Paulo: Atlas, 2002.

### **PLANEJAMENTO ECONÔMICO-FINANCEIRO – 60h/a**

**Ementa:** Valor do dinheiro. Análises de fluxo de caixa descontado. Captação de recursos para projetos de investimentos. Projetos de investimentos. Avaliação financeira de investimentos. Planejamento econômico-financeiro.

#### **Competências específicas:**

- Compreender os motivos principais do dispêndio de capital e as etapas do processo de orçamento de capital;
- Identificar a terminologia básica para descrever projetos, a disponibilidade de fundos, tipos de decisão e padrões de fluxo de caixa;
- Calcular o investimento inicial, os fluxos de caixa relevantes, compreendendo as principais variáveis que envolvem projetos de expansão e de reposição;
- Calcular os principais indicadores de viabilidade econômico-financeira de um projeto de investimento.

#### **Conteúdo programático:**

UNIDADE I - O VALOR DO DINHEIRO NO TEMPO E AS ANÁLISES DE FLUXO DE CAIXA DESCONTADO

- Capitalização de juros
- Valor presente e desconto
- Regras alternativas de decisão de fluxos de caixa descontados
- Fluxos de caixa múltiplos
- Anuidades e perpetuidades
- Inflação e as análises de fluxo de caixa descontadas

## UNIDADE II - CAPTAÇÃO DE RECURSOS PARA PROJETOS DE INVESTIMENTOS

- Fontes de recursos no mercado de crédito brasileiro
- Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES)
- Bancos de desenvolvimento regionais
- Fontes de recursos no mercado de capitais do Brasil
- Leasing e consórcios

## UNIDADE III - COMO ANALISAR PROJETOS DE INVESTIMENTOS

- A decisão financeira de investimento
- A natureza das análises de projetos
- O processo de orçamento de capital
- Fontes de idéias de investimentos
- O conceito de valor
- Cálculo do investimento inicial e do valor residual
- Estimando os fluxos de caixa de um projeto

## UNIDADE IV - AVALIAÇÃO FINANCEIRA DE INVESTIMENTOS

- Valor a mercado
- Avaliação do Fluxo de Caixa Descontado
- Payback e Payback Descontado
- Valor Presente Líquido (VPL)
- Taxa Interna de Retorno (TIR)
- Comparação entre as técnicas
- Abordagens para lidar com o risco
- Técnicas de ajuste ao risco
- Introdução à análise da incerteza em orçamento de capital: árvore de decisão

### **Bibliografia básica**

ASSAF NETO, A. Finanças corporativas e valor. 3.ed.São Paulo: Atlas, 2007.  
DAMODARAN, Aswath. Avaliação de empresas. São Paulo: Pearson, 2007.  
HOJI, Masakazu. Administração Financeira: uma abordagem prática. São Paulo: Atlas, 2006.

### **Bibliografia complementar**

GITMAN, Lawrence. Princípios de administração financeira. 10.ed.São Paulo: Pearson, 2006.  
COPELAND, Tom. Avaliação de Empresas: Valuation. 3.ed.São Paulo, Makron Books, 2002.

## **DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS – 60h/a**

**Ementa:** Demonstrações financeiras. Análise horizontal e vertical. Análise através de indicadores. Análise e comparação entre doar e dfc.

### **Competências específicas:**

- Compreender a natureza e sistemática de aplicação de recursos.
- Utilizar a contabilidade como ferramenta informacional para a gestão organizacional.
- Analisar os demonstrativos e relatórios financeiros.
- Utilizar indicadores financeiros para análise empresarial.
- Interpretar as informações geradas pelos demonstrativos e relatórios financeiros.

### **Conteúdo programático:**

#### **UNIDADE I - DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS**

- Aplicação de Recursos a curto e longo prazos
- Natureza das Aplicações de Recursos
- Origens de Recursos a curto e longo prazos
- Natureza das Origens de Recursos
- Balanço Patrimonial - estrutura
- Demonstração do Resultado do Exercício - estrutura
- Fluxo de caixa

#### **UNIDADE II - ANÁLISE HORIZONTAL E VERTICAL**

- Análise Vertical, horizontal e por índices
- Análise financeira dinâmica

#### **UNIDADE III - ANÁLISE ATRAVÉS DE INDICADORES**

- Indicadores de liquidez
- Indicadores de solvência a longo prazo
- Indicadores de gestão de ativos
- Indicadores de rentabilidade
- Indicadores de valor de mercado
- Crescimento interno e sustentado
- EBITDA: indicador financeiro globalizado

#### **UNIDADE IV - ANÁLISE E COMPARAÇÃO ENTRE DOAR E DFC**

- Gestão do capital de giro
- Variações
- Ciclo operacional
- Ciclo de caixa
- Necessidades de capital de giro e saldo em tesouraria
- Composição de financiamento de capital de giro
- Gestão de disponibilidades
- Gestão de estoques
- Gestão de recebíveis.

### **Bibliografia básica**

ASSAF NETO, Alexandre. Estrutura e análise de balanços: um enfoque econômico financeiro. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GITMAN, L.J. Princípios da administração financeira. 10. ed. São Paulo: Harbra, 2006.

MARION. J.C. Análise das demonstrações contábeis: contabilidade empresarial. 3.ed.São Paulo: Atlas, 2005.

### **Bibliografia complementar**

HOJI, M. Administração financeira: uma abordagem prática. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2006.

ASSAF NETO, Alexandre. Estrutura e análise de balanços: um enfoque econômico financeiro. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

### **ATIVIDADE COMPLEMENTAR VIII – 30h/a**