

## 5.4 ESTRUTURA CURRICULAR

### 5.4.1 Matriz curricular

Curso: Superior de Tecnologia em Gestão Comercial							Turno: NOT	
Grau: Tecnólogo							Código:	
Fase	Componente Curricular	Eixo <sup>1</sup>	Carga horária			CA	CF	Pré-Requisitos
			T	P	Total			
1	Introdução a Educação a Distância	EA	36	0	36	2	2	
	Ambiente Corporativo e Postura Profissional	EA	36	0	36	2	2	
	Empreendedorismo	EA	72	0	72	4	4	
	Psicologia Organizacional	EA	72	0	72	4	4	
	Fundamentos de Economia	EA	72	0	72	4	4	
	Contabilidade Geral	EA	72	0	72	4	4	
	<b>Subtotal</b>			360	0	360	20	20
2	Funções Administrativas	EA	72	0	72	4	4	
	Gestão de Pessoas	EA	72	0	72	4	4	
	Pesquisa Mercadológica	EE	72	0	72	4	4	
	Técnicas de vendas	EE	72	0	72	4	4	
	Comportamento do Consumidor	EE	72	0	72	4	4	
	<b>Subtotal</b>			360	0	360	20	20
3	Direito do Consumidor	EE	72	0	72	4	4	
	Planejamento de vendas	EE	72	0	72	4	4	
	Análise de Custos	EA	72	0	72	4	4	

	Gestão Financeira	EA	72	0	72	4	4	
	E-commerce e Internet Marketing	EE	72	0	72	4	4	
	<b>Subtotal</b>		360	0	360	20	20	
<b>4</b>	Estatística	EA	72	0	72	4	4	
	Canais de Distribuição	EE	72	0	72	4	4	
	Análise de Investimentos	EA	72	0	72	4	4	
	Gestão da Informação	EA	72	0	72	4	4	
	Organização de vendas	EE	72	0	72	4	4	
	Eletiva I	EE	72	0	72	4	4	
	<b>Subtotal</b>		432	0	432	24	24	
<b>5</b>	Formação de Preços de Vendas	EE	72	0	72	4	4	
	Responsabilidade Social e Ambiental	EA	72	0	72	4	4	
	Direito Empresarial	EA	72	0	72	4	4	
	Ativação Comercial	EE	72	0	72	4	4	
	Disciplina Optativa	EA	72	0	72	4	4	
	Eletiva II	EE	72	0	72	4	4	
	<b>Subtotal</b>		432	0	432	24	24	
	<b>AACC</b>				126	7		
	<b>Total</b>		1944	0	2070	115	108	

(1) EG – Eixo Geral; EA – Eixo de Articulação; EE – Eixo Específico

(2) Disciplinas Eletivas deverão ser cursadas preferencialmente na modalidade a Distância

### Componentes curriculares – OPTATIVOS

Fase	Componente Curricular	Eixo	Carga horária	CF	Pré- Requisitos
------	-----------------------	------	---------------	----	-----------------

			<b>T</b>	<b>P</b>	<b>Total</b>	<b>CA</b>		
	Libras	EE	72	0	72	4	4	
	Planejamento Estratégico	EA	72	0	72	4	4	
	Administração de Empresas de Serviços	EE	72	0	72	4	4	
	Análise de Indicadores Financeiros e Econômicos	EE	72	0	72	4	4	
	Gestão de Projetos	EE	72	0	72	4	4	

## 5.4.2 Detalhamento dos componentes curriculares

### 5.4.2.1 Disciplinas da FASE I

<b>Componente Curricular: Introdução a Educação a Distância</b>
<b>Área Temática: Educação</b>
<p><b>Ementa:</b> Contextualização da educação a distância (EAD). Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) e seus recursos como meio de efetivar atividades a distância. Processos de ensinar e de aprender, organização do tempo e dos estudos na modalidade a distância. Organização e metodologia do curso de graduação a distância.</p>
<p><b>Objetivos:</b> Conhecer a estrutura da disciplina e aspectos operacionais que serão disponibilizados ao longo da disciplina; conhecer a importância de alguns aspectos e práticas no contexto do estudar a distância; identificar as características da educação online e suas possibilidades; identificar como as tecnologias digitais contribuem para uma aprendizagem colaborativa; conhecer o conceito, a história e as características da EaD ;conhecer recursos digitais de apoio as atividades no curso; Conhecer as diferenças entre as modalidades de educação; conhecer o conceito, a história e as características da EaD ; Conhecer os atores envolvidos com a EAD e dicas de como interagir na web; Conheça as características de um Ambiente Virtual de Aprendizagem e domine os principais recursos do ambiente.</p>
<p><b>Bibliografia básica:</b> - BEHAR, Patricia Alejandra. Modelos pedagógicos em educação a distância. Porto Alegre: Artmed, 2009. 311 p, il., tabs. (Biblioteca Artmed. Tecnologia educacional). - CATAPAN, Araci Hack. Introdução a educação a distância. Florianópolis: Filosofia/EaD/UFSC, 2008. 122 p, il. - MOORE, Michael; KEARSLY, Greg. Educação a distância: uma visão integrada. São Paulo: Cengage Learning, 2007. xxii, 398 p, tabs.</p>
<p><b>Bibliografia complementar:</b> - ALVES, Joao Roberto Moreira; HERNANDEZ, Daniel Pinheiro. Introdução a educação a distância. Rio de Janeiro: IPAE, 1996. 58p. (Educação a distância). - BRITO, Glaucia da Silva. Cadernos de educação a distância. Curitiba: UFPR, PROGRAD, 2012. 202 p, il. - CORRÊA, Juliane (org.). Educação a distância: orientações metodológicas. Porto Alegre: Artmed, 2007. vi, 104 p, il. - HACK, Josias Ricardo. Introdução à educação a distância, 1º período. Florianópolis: UFSC, 2011. 126 p, il. - MAIA, Carmem; MÁTTAR, João. ABC da EaD: a educação a distância hoje.1. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. xvi, 138 p, il.</p>
<b>Componente Curricular: Ambiente Corporativo e Postura Profissional</b>
<b>Área Temática: Administração Geral</b>
<p><b>Ementa:</b> Regras de Convívio (social e profissional). Imagem e Comunicação. Ética como Valor de Conduta na Sociedade e no Exercício Profissional.</p>
<p><b>Objetivos:</b> Desenvolver habilidades através da assimilação de padrões de comportamento e aprimoramento das atitudes nos relacionamentos humanos no ambiente profissional e social. Refletir acerca da formação da pessoa ética no exercício da cidadania.</p>
<p><b>Bibliografia básica:</b> - ARRUDA, Fabio. Sempre, às vezes, nunca: etiqueta e comportamento.7. ed. São Paulo: Arx, 2005. 171 p, il. - BUENO, Jose Hamilton. Autodesenvolvimento para a empregabilidade: sobrevivendo e prosperando numa sociedade sem empregos. São Paulo: LTr, 1996. 256p, il.</p>

- DOURADO FILHO, Fernando. Ao redor do mundo: convivência e negociação com culturas estrangeiras para brasileiros. [s.l : s.n.], 2000. xi, 219 p, il.
- MATARAZZO, Claudia. Negócios, negócios: etiqueta faz parte. São Paulo: Melhoramentos, 2003. 216 p.
- MINARELLI, José Augusto. Empregabilidade: o caminho das pedras. São Paulo: Gente, 1995. 115 p. 17. ed.
- RIBEIRO, Célia. Etiqueta século XXI: um guia prático de boas maneiras para os novos tempos. 3. ed. Porto Alegre: L&PM, 2008. 287 p, il.

**Bibliografia complementar:**

- ARAUJO JUNIOR, Marco Antonio. Ética profissional. 8. ed. rev. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. 302 p, il.
- BERNABEU, Francisco Guirado. Treinamento de negociação: desenvolvendo a competência para negociar. Brasília (DF): Senac, 2013. 392 p, il.
- FURINI, Isabel Florinda. A arte de falar em público: a oratória em todos os tempos. 2. ed. São Paulo: IBRASA, 2005. 99p, il.
- KALIL, Gloria; SANDOVAL, Andrés. Chicérrimo: moda e etiqueta em novo regime. Rio de Janeiro: Ediouro, 2008. 239 p, il.
- LIMA, Jean Carlos. Negociação de conflitos: estratégias para o sucesso. São Paulo: LTr, 2009. 86 p, il.
- LIMA, Jean Carlos. Negociação de conflitos: estratégias para o sucesso. São Paulo: LTr, 2009. 86 p, il.
- MARTINELLI, Dante Pinheiro; VENTURA, Carla Aparecida Arena; MACHADO, Juliano Rossi. Negociação internacional. São Paulo: Atlas, 2004. 240 p, il.
- PEREIRA, Marynês. Sua carreira, um verdadeiro show. São Paulo: Phorte, 2009. 238 p, il.
- RIBEIRO, Célia. Boas maneiras e sucesso nos negócios: um guia prático de etiqueta para executivos. 20. ed. Porto Alegre: L&PM, 2002. 231p, il.
- RITOSSA, Cláudia Mônica. Marketing pessoal: quando o produto é você. Curitiba: IBPEX, 2009. 187 p, il.
- RIZZO, Cláudio. Marketing pessoal no contexto do pós-moderno. São Paulo: Trevisan, 2006. 140 p, il.

**Componente Curricular: Empreendedorismo**

**Área Temática: Administração Geral**

**Ementa:**

Empreendedorismo e característica do empreendedor; identificação de oportunidades para novos empreendimentos; conceitos e benefícios do plano de negócios; fontes de financiamento para capital físico e capital de giro; o sumário executivo; o plano descrição da empresa; o plano de *marketing*; o plano operacional; o plano estratégico e o plano financeiro.

**Objetivos:**

Identificar oportunidades de empreender. Compreender o plano de negócios por meio da formatação de uma empresa; definir os aspectos descritivos, legais, operacionais, estratégicos e analisar suas possibilidades mercadológicas e financeiras.

**Bibliografia básica:**

- DORNELAS, José; SPINELLI, Stephen; ADAMS, Robert. **Criação de novos negócios:** empreendedorismo para o século XXI. 2014.
- HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo.** 9a. ed. Porto Alegre: AMGH Editora, 2014.
- OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business model generation:** inovação em modelos de negócios. Alta Books Editora, 2013.

**Bibliografia complementar:**

- LOPES, Mauro Pedro. **Disciplina de empreendedorismo:** manual do aluno. / Mauro Pedro Lopes, Maria Augusta Orofino. Brasília : Sebrae, 2016.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo:** transformando idéias em negócios. 7a. ed. São Paulo: Empreende, Fazendo Acontecer: 2018.

- DORNELAS, José et al. **Plano de Negócios com o Modelo Canvas**: Guia prático de avaliação de ideias de negócio a partir de exemplos. São Paulo: LTC, 2015.
- DORNELAS, Jose Carlos Assis. **Empreendedorismo corporativo**. Elsevier Brasil, 2009.
- IDALBERTO, Chiavenato. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2008.
- DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor**. Cengage Learning Editores, 2000.

<b>Componente Curricular: Psicologia Organizacional</b>
Área Temática: Psicologia Organizacional
Ementa: Psicologia - aspectos gerais. Relações da psicologia com administração. A psicologia analítica.
Objetivos: Relacionar o fenômeno psicológico com o fenômeno administrativo para melhorar as relações do indivíduo com o seu ambiente de trabalho.
Bibliografia básica: - CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de pessoas.3. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Elsevier: Ed. Campus, 2009. - FIORELLI, José Osmir. Psicologia para administradores: integrando teoria e prática.7. ed. São Paulo: Atlas, 2011. 335 p, il. - ROBBINS, Stephen, P; JUDGE, Timothy A; SOBRAL, Filipe. Comportamento organizacional: teoria e prática no contexto brasileiro.14. ed. São Paulo: Pearson, 2010. XXVI, 633 p, il.
Bibliografia complementar: - CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de pessoas. 3. ed., totalmente rev. e atual. Rio de Janeiro: Elsevier: Ed. Campus, 2010. XXXV, 579 p., il. - BOCK, Ana Mercês Bahia. Psicologias: uma introdução ao estudo de psicologia.14. Saraiva, 2008 - José Carlos Zanelli Jairo Eduardo Borges-Andrade Antonio Virgílio Bittencourt Bastos. Psicologia, Organizações e Trabalho no Brasil.2. Artmed, 2014 - Luis César G. de Araújo e Adriana Amadeu Garcia. Gestão de Pessoas Edição Compacta. Atlas, 2010. - ZANELLI, José Carlos; SILVA, Narbal. Interação humana e gestão: a construção psicossocial das organizações de trabalho.3. ed. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2012. 129 p.

<b>Componente Curricular: Fundamentos de Economia</b>
Área Temática: Economia
Ementa: Introdução à economia: principais conceitos. O método na ciência econômica. Os sistemas econômicos e a organização da economia para o enfrentamento dos problemas econômicos: recursos, escassez e escolha. Mercado: oferta, demanda e equilíbrio. Decisão dos consumidores. Organização da produção e custos. Estrutura dos mercados. Objetivos e instrumentos de política macroeconômica. Estrutura de análise macroeconômica. Inflação: Conceitos, tipos e efeitos. Papel do governo e política fiscal. Moeda: funções, oferta e demanda e taxa de juros. Política monetária. Sistema financeiro. Trocas internacionais. Taxa de câmbio, finanças internacionais e globalização.
Objetivos: Oferecer ao aluno as primeiras noções da ciência econômica.
Bibliografia básica: - CASTRO, Antonio Barros de; LESSA, Carlos Francisco. Introdução a economia: (uma abordagem estruturalista). 36. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1999. 162p, il. - GREMAUD, Amaury Patrick. Manual de economia. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2003. xviii, 606p, il. - KEYNES, John Maynard; KEYNES, John Maynard. A teoria geral do emprego, do juro e da moeda; inflação e deflação. 2. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1985. xxv, 333 p, ret. (Os economistas). Tradução de: The general theory of employment, interest and money; inflation and deflation.

-PAULO NETTO, José; BRAZ, Marcelo. Economia política: uma introdução crítica.7. ed. São Paulo: Cortez, 2011. 268 p, il.

**Bibliografia complementar:**

- FURTADO, Celso. Formação econômica do Brasil.27. ed. São Paulo: Cia. Ed. Nacional: Publifolha, 2000. 276 p. (Grandes nomes do pensamento brasileiro).
- MARSHALL, Alfred. Princípios de economia: tratado introdutório. 2. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1985. 2v, il, 24cm. (Os Economistas). Tradução de: Principles of economics: an introductory.
- SANDRONI, Paulo. Dicionário de economia do Século XXI.4. ed. rev. Rio de Janeiro: Record, 2008. 909 p, il.
- SINGER, Paul. Curso de introdução a economia política.17. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010. 186 p.

**Complementar**

- SMITH, Adam. A riqueza das nações: investigação sobre sua natureza e suas causas. 2. ed. Sao Paulo: Nova Cultural, 1985. 2v. (Os economistas). Tradução de: The nature and causes of the wealth of nations.

<b>Componente Curricular: Contabilidade Geral</b>
<b>Área Temática: Contabilidade</b>
<b>Ementa:</b> Noções introdutória de contabilidade: conceitos e aplicação; evolução histórica. Patrimônio: entidade contábil, fontes e aplicações de recursos, ativo, passivo e patrimônio líquido. Método contábil de duplas partidas: débito e crédito. Operações com mercadorias: estoques, receitas, despesas e resultado. Estimativas e provisões. Depreciação e Amortização. Demonstrações contábeis básicas.
<b>Objetivos:</b> Adquirir conceitos da Contabilidade. Conhecer e realizar a escrituração de registros contábeis, compreender a prática contábil. Obter fundamentos e desenvolver a habilidade básica de elaborar e compreender o balanço patrimonial e a demonstração de resultado.
<b>Bibliografia básica:</b> - IUDÍCIBUS, Sérgio de. Contabilidade introdutória.11. ed. atual. De acordo com as Leis n. 11.638/07 e n.11.941/09. São Paulo: Atlas, 2010. - IUDÍCIBUS, Sérgio de. Manual de contabilidade societária: aplicável a todas as sociedades de acordo com as normas internacionais e do CPC. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2013. - MARION, José Carlos. Contabilidade básica.10. ed. atual. Conforme a Lei n. 11.638-07, MP n. 449-08 (Lei n. 11.941-09) e Pronunciamentos do CPC (Comitê de Pronunciamento Contábeis). São Paulo: Atlas, 2010.
<b>Bibliografia complementar:</b> - IUDÍCIBUS, Sérgio de. Curso de contabilidade para não contadores: para as áreas de administração, economia, direito, engenharia /Sérgio de Iudícibus, José Carlos Marion. -7. ed. - São Paulo: Atlas, 2011. - GONÇALVES, Eugênio Celso; BAPTISTA, Antonio Eustáquio. Contabilidade geral.6. ed. São Paulo: Atlas, 2007. 378 p, il. - PADOVEZE, Clóvis Luís. Manual de contabilidade básica: contabilidade introdutória e intermediária: textos e exercícios. 8. ed. rev. e atual. De acordo com as normas contábeis internacionais (Leis nºs 11.638/07 e 11.941/09) e os procedimentos do CPC - Comitê de Pronunciamentos Contábeis. São Paulo: Atlas, 2012. - SANTOS, José Luiz dos. Contabilidade geral.3. ed. atual. Pela Lei n. 11.941/09 e pelas Normas do CPC. São Paulo: Atlas, 2011. - SZUSTER, Natan. Contabilidade geral: introdução à contabilidade societária.3. ed. atual. De acordo com a Lei n.11.941/09, Pronunciamentos CPC, incluindo o CPC-PME. São Paulo: Atlas, 2011. XXII, 522 p, il.

### 5.4.2.2 Disciplinas da FASE II

<b>Componente Curricular: Funções Administrativas</b>
<b>Área Temática: Administração Geral</b>
<b>Ementa:</b> As funções administrativas: planejamento, organização, direção e controle.
<b>Objetivos:</b> Desenvolver as competências e atitudes concernentes às funções do administrador em um contexto de constantes e profundas mudanças, por meio da assimilação do referencial teórico e prático.
<b>Bibliografia básica:</b> - ANDRADE, Rui Otávio Bernardes de; AMBONI, Nério. TGA - Teoria Geral da Administração: das origens às perspectivas contemporâneas. São Paulo: M. Books do Brasil Ed, 2007. XX, 246 p, il. - CARAVANTES, Geraldo Ronchetti; PANNO, Cláudia Caravantes; KLOECKNER, Mônica Caravantes. Administração: teorias e processos. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005. XVIII, 572 p, il. - CERTO, Samuel C. Administração moderna. 9. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003. XVIII, 568p, il. - LACOMBE, Francisco José Masset. Teoria geral da administração. São Paulo: Saraiva, 2009. Chieí, 351 p, il. - ROBBINS, Stephen P. Administração: mudanças e perspectivas. São Paulo: Saraiva, 2000. XVIII, 524 p, il. - SOBRAL, Filipe; PECI, Alketa. Administração: teoria e prática no contexto brasileiro. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2008. XIII, 398 p, il.
<b>Bibliografia complementar:</b> - ALBUQUERQUE, Alan; ROCHA, Paulo. Sincronismo organizacional: como alinhar a estratégia, os processos e as pessoas: um guia prático redesenhar a organização e seus processos. São Paulo: Saraiva, 2007. x, 166 p, il. - CHIAVENATO, Idalberto. Administração: teoria, processo e prática. 3. ed. São Paulo: Pearson Education Limited: Makron Books, 2004. XVIII, 416p, il. - CHIAVENATO, Idalberto. Teoria geral da administração. 6. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Campus, 2001. 2v, il. - HALL, Richard H. Organizações: estrutura, processos e resultados. 8. ed. São Paulo: Pearson: Prentice Hall, 2004. x, 322 p, il. Tradução de: Organizations: structure and process. - MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Teoria geral da administração: da revolução urbana à revolução digital. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2006. XXI, 491p, il.

<b>Componente Curricular: Gestão de Pessoas</b>
<b>Área Temática: Administração de Recursos Humanos</b>
<b>Ementa:</b> Planejamento e organização da administração de pessoas, considerando os princípios fundamentais dos direitos humanos. Administração da remuneração. Avaliação de desempenho. Diversidades culturais e de gênero e o cotidiano organizacional. Motivação e necessidades humanas. Administração participativa. Gestão de conflitos. Processos de mudança organizacional e o modelo de sociedade brasileira e suas implicações nas relações de trabalho.
<b>Objetivos:</b> Conhecer os fundamentos da gestão de pessoas, relacionando aos princípios fundamentais de direitos humanos. Proporcionar os conhecimentos teóricos e práticos e a compreensão para organizações e liderança como conceito e fenômeno e capacitar na aplicação de teorias apropriadas sobre liderança. Compreender a importância do processo de avaliação nas relações de trabalho, a partir das diversidades humanas. Analisar os elementos envolvidos na motivação, administração participativa e gestão de conflitos.



<p>Bibliografia básica:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- BOOG, Magdalena; ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO; BOOG, Gustavo G. (Gustavo Gruneberg). Manual de treinamento e desenvolvimento: gestão e estratégias. São Paulo: Pearson Prentice Hall, c2007. XXI, 262 p, il.</li> <li>- CHIAVENATO, Idalberto. Recursos humanos: o capital humano das organizações.8. ed. São Paulo (SP) : Atlas, 2004. 515 p, il.</li> <li>- DATNER, Yvette. Jogos para educação empresarial: jogos, jogos dramáticos, <i>role-playing</i>, jogos de empresa. 2. ed. São Paulo: Ágora, 2006. 142 p.</li> <li>- VERGARA, Sylvia Constant. Gestão de pessoas.13. ed. São Paulo: Atlas, 2013. 213 p, il.</li> </ul>
<p>Bibliografia complementar:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- BOOG, Magdalena; BOOG, Gustavo G. (Gustavo Gruneberg) (coord). Manual de treinamento e desenvolvimento: processos e operações. São Paulo: Pearson Prentice Hall, c2007. xxi, 421 p, il.</li> <li>- FISHER, Roger. Como Conduzir Uma Negociação - Livro de Exercícios. Lua de Papel</li> <li>- LANNES, Luciano. Equipes e Cooperação - o elo essencial. Outra</li> <li>- MARRAS, Jean Pierre. Administração de recursos humanos: do operacional ao estratégico.14. ed. rev., atual e ampl. São Paulo: Saraiva, 2011. XVI, 336 p, il.</li> <li>- NKOMO, S; COX, T. Diversidade e identidade nas organizações. In: CLEGG, S; HARDY, C; NORD, W. W. (Org.). Handbook de Estudos Organizacionais. São Paulo: Atlas, 1999 v.1.</li> <li>- ROMÃO, César. Superdicas Para Motivar Sua Vida e Vencer Desafios. Saraiva.</li> </ul>

Componente Curricular: Pesquisa Mercadológica
Área Temática: Administração Mercadológica
<p>Ementa:</p> <p>Teoria da Amostragem. Metodologia de Pesquisa. Análise e Interpretação dos Dados. Segmentação e Nicho de Mercado. Mensuração de Mercados.</p>
<p>Objetivos:</p> <p>Fornecer ao aluno subsídios para análise e acompanhamento de Pesquisas Mercadológicas. Permitir ao aluno: interpretar os dados apresentados, executar e interpretar amostragens. Observar segmentos e nichos de mercado disponíveis para a competitividade. Mensurar e dimensionar o mercado disponível.</p>
<p>Bibliografia básica:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- MATTAR, Fauze Najib. Pesquisa de marketing.6. ed. rev., atual e ampl. São Paulo: Atlas, 2005. 2v, il.</li> <li>- TAGLIACARNE, Guglielmo. Pesquisa de Mercado: tecnica e pratica. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1978. 468p, il. Tradução de: Técnica e pratica <i>delle ricerche di mercato</i>.</li> <li>- TRUJILLO, Victor. Pesquisa de mercado qualitativa e quantitativa. 2. ed. São Paulo: Scortecci, 2003. 104p, il.</li> </ul>
<p>Bibliografia complementar:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- BOYD, Harper W; WESTFALL, Ralph L; FUNDACAO GETULIO VARGAS. Pesquisa mercadológica: texto e casos. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1964. 2v, il. Com a colaboração de William D. Barclay, Elrick Lavidge E Co., nos capítulos sobre amostragem. Tradução de: Marketing research: text and cases.</li> <li>- LIVINGSTONE, James McCardle. Pesquisa de mercado: uma abordagem operacional. Sao Paulo: Atlas, 1982. 126p, il. Tradução de A management guide to market research.</li> <li>- MATTAR, Fauze Najib. Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento, execução, análise. São Paulo: Atlas, 1993. 2v, il.</li> <li>- MADY, Eliane Batista. Pesquisa de mercado. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2014. 331 p., il. (Marketing ponto a ponto).</li> <li>- PINHEIRO, Roberto Meireles. Comportamento do consumidor e pesquisa de mercado. Rio de Janeiro: FGV Ed, 2004. 164 p, il.</li> </ul>

<p><b>Área Temática: Administração Mercadológica</b></p>
<p><b>Ementa:</b> A profissão de vendas: experiências do profissional de vendas, marketing de relacionamento e vendas pessoais, questões sociais, éticas e legais de vendas; o futuro da vendas pessoais, - venda de relacionamento: prospecção, pré abordagem, planejamento da visita de vendas, abertura de vendas, pesquisa, métodos de apresentação, métodos para superar objeções dos clientes, fechamento de vendas, serviços pós-vendas.</p>
<p><b>Objetivos:</b> Desenvolver as competências na área de vendas através da apreensão de conhecimentos específicos do processo de persuasão de vendas, na habilidade de vender e nas atitudes referente ao tema vendas pessoais</p>
<p><b>Bibliografia básica:</b>            ARAÚJO, Adriana de Fátima; PAULA, Everaldo Antonio de. Gestão de vendas: tudo sobre práticas e estratégias em vendas. Santa Cruz do Rio Pardo (SP): Viena, 2008. 269 p., il.            COBRA, Marcos. Administração de vendas. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2012. 492 p. il.            GITOMER, Jeffrey H. A bíblia de vendas. São Paulo: M. Books, 2005. xxiv, 345 p.            FUTRELL, Charles M. Vendas: fundamentos e novas práticas de gestão. São Paulo: Saraiva, 2003. xxv, 521p, il.</p>
<p><b>Bibliografia complementar:</b>            GITOMER, Jeffrey H. O livro negro do networking: 6,5 recursos para utilizar com sucesso sua rede de relacionamentos. São Paulo: M. Books, 2008. 204 p, il.            GOBE, Antonio Carlos; MOREIRA, Júlio César Tavares. Administração de vendas. 2. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2012. xvii, 388 p, il.            SHAPIRO, Benson P. Marketing e vendas. Rio de Janeiro: Elsevier: Campus, 2010. 174 p, il.            LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Técnicas de vendas: como vender e obter bons resultados. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2011. 200 p, il.            MENDIZABAL ALVAREZ, Francisco Javier Sebastian; CARVALHO, Marcos R. Gestão eficaz da equipe de vendas: venda mais adequado sua equipe aos clientes. São Paulo: Saraiva, 2008. 206 p, il.</p>

<p><b>Componente Curricular: Comportamento do Consumidor</b></p>
<p><b>Área Temática: Administração Mercadológica</b></p>
<p><b>Ementa:</b> Estratégia de marketing e o comportamento do consumidor. Segmentação e posicionamento. Modelos de comportamento do consumidor. Papéis de compra. Processo de decisão de compra. Variáveis que influenciam o processo de decisão de compra: influências ambientais e diferenças individuais. Tendências do comportamento do consumidor brasileiro. A importância da postura voltada para o mercado. Teoria do consumidor, pesquisa de mercado, sistema de informações mercadológicas, planejamento das estratégias de produtos/serviços. Relações entre a estratégia da comunicação e o planejamento mercadológico. Noções de promoção de vendas e gerência de produto.</p>
<p><b>Objetivos:</b> Proporcionar o entendimento de como um consumidor pensa, sente e age, quando este compre e consome produtos e serviços. Proporcionar o conhecimento sobre a teoria e modelos que descrevem e procuram explicar o comportamento do consumidor. Fazer o aluno reconhecer o comportamento do consumidor como área específica de conhecimento e estudo, necessariamente amparada em referências teóricas e multidisciplinares. Mostrar ao aluno os vários estágios envolvidos em um processo de compra, suas características, inter-relações e implicações</p>
<p><b>Bibliografia básica:</b>            - HOYER, Wayne D; MACINNIS, Deborah J. Comportamento do consumidor. São Paulo: Cengage Learning, c2012. xvi, 119 p.            - LIMEIRA, Tânia Maria Vidigal. Comportamento do consumidor brasileiro. São Paulo: Saraiva, 2008. 380 p, il.            - MALHOTRA, Naresh K. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. 6. ed. Porto Alegre:</p>

Bookman, 2012. xxx. 735 p, il.  
- PINHEIRO, Roberto Meireles. Comportamento do consumidor e pesquisa de mercado.3. ed. Rio de Janeiro: FGV Ed, 2008. 164 p, il.

Bibliografia complementar:

- BARROS FILHO, Clóvis de; CASTRO, Gisela (Org.). Comunicação, práticas de consumo. São Paulo: Saraiva, 2007. xvi, 190 p, il.
- D'ANGELO, André Cauduro. Precisar, não precisa: um olhar sobre o consumo de luxo no Brasil. São Paulo: Lazuli, 2006. 191 p.
- GIGLIO, Ernesto. O comportamento do consumidor.4. ed. São Paulo: Cengage Learning, c2011. viii, 245 p, il., grafs., tabs.
- LINDSTROM, Martin. A lógica do consumo: verdades e mentiras sobre por que compramos. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009. 207 p.
- MYERS, James H; REYNOLDS, William H. Gerencia de marketing e comportamento do consumidor. Petrópolis: Ed.Vozes, 1972. 366p. (Administração de empresas, 4). Tradução de: *Consumer behavior and marketing management*.
- SCHWERINER, Mário Ernesto René. Comportamento do consumidor: identificando Desejos e supérfluos essenciais. São Paulo: Saraiva, 2006. xiv, 224 p, il.

### 5.4.2.3 Disciplinas da FASE III

Componente Curricular: Direito do Consumidor
Área Temática: Direito
Ementa: Direitos básicos do consumidor. Política nacional das relações de consumo. Responsabilidade por vícios. Qualidade dos produtos e serviços. Oferta. Publicidade. Práticas abusivas. Proteção contratual. Contratos de adesão. Infrações penais. Ações coletivas.
Objetivos: Realizar estudo específico sobre o direito do consumidor, fornecendo ao acadêmico os conhecimentos necessários acerca das normas específicas desta matéria
Bibliografia básica: - BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos e; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. Manual de direito do consumidor.5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. 512 p. - EFING, Antônio Carlos. Fundamentos do direito das relações de consumo. Curitiba: Juruá, 2004. 287 p. - MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos e; MIRAGEM, Bruno. Comentários ao código de defesa do consumidor: arts. 1º a 74: aspectos materiais. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003. 894 p. - NUNES, Luiz Antonio Rizzatto. Comentários ao código de defesa do consumidor.6. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2011. 964 p.
Bibliografia complementar: - ALMEIDA, João Batista de. Manual de direito do consumidor. São Paulo: Saraiva, 2003. xiii, 214p. - BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos e; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. Manual de direito do consumidor.3. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010. 464 p. - FILOMENO, José Geraldo Brito. Manual de direitos do consumidor: doutrina, jurisprudência e aspectos práticos, índice remissivo.11. ed. rev., ampl., sistematizada e atual. de acordo com o código civil de 2002 e leis subsequentes. São Paulo: Atlas, 2012. xxxii, 883 p. - GRINOVER, Ada Pellegrini. Código brasileiro de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1991. viii, 717 p. (Biblioteca jurídica). - MANCUSO, Rodolfo de Camargo. Manual do consumidor em juízo. Sao Paulo: Saraiva, 1994. 132p, 21cm.

- MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no código de defesa do consumidor: o novo regime das relações contratuais. 5. ed., rev., atual e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. 1342 p. (Biblioteca de direito do consumidor, v. 1).
- MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos e; MIRAGEM, Bruno. Comentários ao código de defesa do consumidor: arts. 1º a 74 : aspectos materiais. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003. 894 p.
- NUNES, Luiz Antonio Rizzatto. Comentários ao código de defesa do consumidor. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2010. 958 p.
- OLIVEIRA, James Eduardo. Código de defesa do consumidor: anotado e comentado: doutrina e jurisprudência. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2011. xi, 844 p.
- TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. Manual de direito do consumidor: direito material e processual: volume único. São Paulo: Método, 2012. xxii, 746 p.

**Componente Curricular: Planejamento de Vendas**

Área Temática: Administração Mercadológica

Ementa:

A Relação marketing e vendas ; O plano de vendas – A Demanda de mercado Potencial de mercado, indicadores de potencial de mercado previsão de vendas o orçamento de vendas; Como elaborar um planejamento de vendas em empresas de pequeno, médio e grande porte.

Objetivos:

Capacitar o aluno a identificar, planejar e aplicar os principais conceitos, métodos e procedimentos de gestão da força de vendas na função de planejamento comercial.

Bibliografia básica:

- ASTRO, L.T.; NEVES, M.F. Administração de Vendas: planejamento, estratégia e gestão. São Paulo: Atlas, 2005
- CHURCHILL JR., Gilberta; PETER, J. Paul. Marketing: Criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2000.
- KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. Princípios de Marketing. Rio de Janeiro: LTC, 1999.
- MIGUEL, Nicolau André de. A venda pessoal. In: DIAS, Sérgio Roberto (Coord). Gestão de Marketing. São Paulo: Saraiva, 2003.
- MOREIRA, Júlio César T. (Coord.). Administração de Vendas. São Paulo: Saraiva, 2001.
- SPIRO, R.; STANTON, W.J. Administração de Vendas. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

Bibliografia complementar:

- COBRA, Marcos. Administração de Vendas. 5ª ed. - São Paulo: Atlas, 2014.
- COBRA, Marcos. Administração de Vendas: casos, exercícios e estratégias. São Paulo: Atlas, 1986.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Administração de vendas. 8ª ed. 4ª reimpr. São Paulo: Atlas, 2009.
- CASTRO, Luciano Thomé e. Administração de vendas: planejamento, estratégia gestão. São Paulo: Atlas, 2005.
- COBRA, Marcos; RANGEL, Alexandre. Serviços ao cliente - uma estratégia competitiva. 7a. ed. São Paulo: Marcos Cobra Editora, 1993.
- LAS CASAS, Alexandre L. Administração de Vendas. 5ª. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

**Componente Curricular: Análise de Custos**

Área Temática: Contabilidade

Ementa:

Classificação dos custos: fixos, variáveis, diretos e indiretos. Relação custo/volume/lucro: Margem de contribuição, ponto de equilíbrio, margem de segurança. Custos por fator restritivo e custos para decisões especiais. Alavancagem operacional

Objetivos:

Utilizar conhecimentos como instrumentos na gestão de custos para fins de decisão, planejamento e controle no gerenciamento dos negócios empresariais.

<p><b>Bibliografia básica:</b> BRUNI, Adriano Leal; FAMÁ, Rubens. Gestão de custos e formação de preços com aplicações na calculadora HP 12C e Excel: inclui 150 exercícios resolvidos, a planilha CUSTOS.XLS e o conjunto de apresentações CUSTOS.PPT. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2012. CREPALDI, Silvio Aparecido. Contabilidade gerencial: teoria e prática. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2012. MARTINS, Eliseu. Contabilidade de custos. 10. ed. de acordo com os Pronunciamentos Técnicos do CPC e com as Leis n. 11.638-07 e 11.941-09. São Paulo: Atlas, 2010.</p>
<p><b>Bibliografia complementar:</b> BORNIA, Antonio Cezar. Análise gerencial de custos: aplicação em empresas modernas.3. ed. São Paulo: Atlas, 2010. xiv, 214 p. DUBOIS, Alexy; KULPA, Luciana; SOUZA, Luiz Eurico. Gestão de custos e formação de preços. São Paulo: Atlas, 2006. IUDÍCIBUS, Sérgio de. Análise de custos: uma abordagem quantitativa. São Paulo: Atlas, 2013. xi, 170 p, il. HORNGREN, Charles T; SUNDEM, Gary L; STRATTON, William O. Contabilidade gerencial. 12. ed. São Paulo: Pearson Education, 2004. Tradução de: Introduction to management account. THEISS, José Reinaldo; KRIECK, Manfredo. Custos e preços sugeridos de venda: cálculos e enfoques práticos: serviços, comércio e indústria. 4. ed. Blumenau: Odorizzi, 2012</p>

<b>Componente Curricular: Gestão Financeira</b>
<b>Área Temática: Administração Financeira e Orçamentos</b>
<p><b>Ementa:</b> Conceitos básicos e princípios fundamentais de planejamento e controle. Controles administrativo e controles contábeis. Níveis e tipos de planejamento financeiro: estratégico, tático (funcional) e operacional: O papel da administração financeira. Administração do ativo circulante. Instrumentos de análises. Financiamentos de curto, médio e longo prazo. Risco e retorno. Os demonstrativos financeiros. Critérios para a fixação de objetivos de retorno. O sistema orçamentário. A prática do planejamento financeiro. Controle orçamentário.</p>
<p><b>Objetivos:</b> Desenvolver as capacidades e competências na área financeira e proporcionar conhecimento aprofundado em controle financeiro.</p>
<p><b>Bibliografia básica:</b> ASSAF NETO, Alexandre. Finanças corporativas e valor.5. ed. São Paulo: Atlas, 2010. XXXII, 726 p, il. FORTUNA, Eduardo. Mercado financeiro: produtos e serviços.19. ed. rev., atual. e ampl. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2014. XXXII, 1066 p, il. GITMAN, Lawrence J. Princípios de administração financeira.12. ed. São Paulo: Pearson, 2010. XXIII, 775 p, il.</p>
<p><b>Bibliografia complementar:</b> BERK, Jonathan; DEMARZO, Peter. Finanças empresariais: essencial. Porto Alegre: Bookman, 2010. xvii, 707 p, il. BODIE, Zvi; MERTON, Robert C. Finanças.1. ed. rev. e ampl. Porto Alegre: Bookman, 2003. xx, 456 p, il. + 1 CD-ROM e uma cartela "Guia de cálculo para administração financeira". BRASIL, Haroldo Vinagre; BRASIL, Haroldo Guimarães. Gestão financeira das empresas: um modelo dinâmico. 4. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, c1999. 162p, il. MARTINS, Domingos. Gestão financeira de hospitais. São Paulo: Atlas, 1999. 108p, il. MADURA, Jeff. Finanças corporativas internacionais. São Paulo: Cengage Learning, 2009. xxv, 718 p, il. ZDANOWICZ, José Eduardo. Finanças aplicadas para empresas de sucesso. São Paulo: Atlas, 2012. xxiv, 288 p, il.</p>

<b>Componente Curricular: E-commerce e Internet Marketing</b>
---

<p>Área Temática: Administração Mercadológica</p>
<p>Ementa: E-business. E-commerce. Businessplan. Modelagens de sistemas. Gestão de relacionamento com o cliente. Estratégias de marketing para o e-business e o e-commerce, logística e distribuição. Política de comunicação: técnicas de linguagem de comunicação e avaliação das mídias. Política de distribuição: atacado e varejo. Avaliação de potencial geoeconômico.</p>
<p>Objetivos: Proporcionar o conhecimento sobre como a tecnologia da informática pode ser usada na sociedade, pelo indivíduo, mas, sobretudo no negócio, de maneiras diferentes.</p>
<p>Bibliografia básica: - GODIN, Seth. Marketing de permissao: transformando desconhecidos em amigos e amigos em clientes. 3. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000. 218p. Tradução de: Permission marketing. - KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro: Elsevier, Campus, 2010. 215 p, il. - KRUG, Steve. Não me faça pensar - atualizado: uma abordagem de bom senso à usabilidade web e mobile.1. ed. Rio de Janeiro (RJ): Alta Books, 2014. 198 p: il. - SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso. 3. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Campus, 2003. 390 p, il.</p>
<p>Bibliografia complementar: - ANDERSON, Chris. A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006. 240 p, il. - CIALDINI, Robert B. O poder da persuasão: você pode ser mais influente do que imagina.4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, Campus, 2006. 306 p, il. - HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade.11. ed. Rio de Janeiro (RJ) : DP &amp; A, 2006. 102 p. - PELLANDA, Nize Maria Campos; PELLANDA, Eduardo Campos. Ciberespaço: um hipertexto com Pierre Lévy. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2000. 250p, il. - SANTAELLA, Lúcia. Linguagens líquidas na era da mobilidade.2. ed. São Paulo: Paulus, 2011. 468 p.</p>

#### 5.4.2.4 Disciplinas da FASE IV

<p>Componente Curricular: Estatística</p>
<p>Área Temática: Matemática</p>
<p>Ementa: Séries estatísticas. Gráficos estatísticos. Medidas de tendência central. Medidas separatrizes. Medidas de dispersão. Teoria da probabilidade. Distribuições discretas e contínuas de probabilidade. Teoria da amostragem.</p>
<p>Objetivos: Oportunizar a compreensão do aluno para manejar métodos úteis para a construção, descrição e análise de dados.</p>
<p>Bibliografia básica: BARBETTA, Pedro Alberto. Estatística aplicada às ciências sociais.8. ed. rev. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2012. 315 p, il. (Didática). BRUNI, Adriano Leal. Estatística aplicada à gestão empresarial.3. ed. São Paulo: Atlas, 2011. 392 p, il. CAMPOS, Marcilia Andrade; RÊGO, Leandro Chaves; MENDONÇA, André Feitoza de. Métodos probabilísticos e estatísticos com aplicações em engenharias e ciências exatas. 1. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2017. 304 p., il. SWEENEY, Dennis J; WILLIAMS, Thomas A; ANDERSON, David R. Estatística aplicada à administração e economia.3. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2014. 692 p, il. WHEELAN, Charles J. Estatística: o que é, para que serve, como funciona. Rio de Janeiro: Zahar, 2016. 325 p. il.</p>

**Bibliografia complementar:**

BARBETTA, Pedro Alberto; REIS, Marcelo Menezes; BORNIA, Antonio Cezar. Estatística para cursos de engenharia e informática.3. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 410 p, il.  
 CASTANHEIRA, Nelson Pereira. Estatística aplicada a todos os níveis.4. ed. rev. e atual. Curitiba: Ibpex, 2008. 208 p, il.  
 LOESCH, Cláudio; STEIN, Carlos Efrain. Estatística descritiva e teoria das probabilidades. Blumenau, SC: Edifurb, 2008. 213 p, il. (Didática).  
 MONTGOMERY, Douglas C; RUNGER, George C. Estatística aplicada e probabilidade para engenheiros.6. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2016. XVI, [636] p, il.  
 SILVA, Alexandre Alcantara da. Estrutura, análise e interpretação das demonstrações contábeis.2. ed. ampl. e atual. Conforme Lei nº 11.638/07 e Lei nº 11.941/09. São Paulo: Atlas, 2010. xxiv, 229 p, il.

**Componente Curricular: Canais de Distribuição**

Área Temática: Administração de Materiais

**Ementa:**

Construção, manutenção e análise da estruturação de canais de distribuição; Gerenciamento da cadeia de suprimentos verde; Canais de Distribuição – Estrutura, organização e tipos; Canais de Distribuição Reversos; Planejamento de ações de Reversibilidade de Produtos.

**Objetivos:**

Propiciar o entendimento sobre os elementos constitutivos e gerenciais relativos aos canais de distribuição adotados pelas organizações e sua gestão eficiente.

**Bibliografia básica:**

BOWERSOX, Donald J. Gestão logística da cadeia de suprimentos.4. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014. xvi, 455 p, il.  
 COUGHLAN, Anne T. ANDERSON, Erin. STERN, Louis W. EL-ANSARY, Adel I.- Canais de marketing. 7ª ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.  
 CHOPRA, Sunil; MEINDL, Peter. Gestão da cadeia de suprimentos: estratégia, planejamento e operações.4. ed. São Paulo: Pearson, 2011. xv, 519 p, il.

**Bibliografia complementar:**

BALLOU, Ronald H. Gerenciamento da cadeia de suprimentos: logística empresarial.5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006. x, 616 p, il. +, 1 CD-ROM.  
 LEITE, Paulo Roberto. Logística reversa: meio ambiente e competitividade.2. ed. São Paulo: Pearson, 2009. xvi, 240 p, il.  
 KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson, c2013. xxvi, 765 p. il.  
 PINHEIRO, Duda; GULLO, José. Comunicação integrada de marketing: gestão dos elementos de comunicação, suporte às estratégias de marketing e de negócios da empresa.4. ed. São Paulo: Atlas, 2013. x, 190 p, il.  
 URDAN, Flávio Torres; URDAN, André Torres. Gestão do composto de marketing: visão integrada de produto, preço, distribuição e comunicação: táticas para empresas brasileiras: casos e aplicações.2. ed. São Paulo: Atlas, 2013. x, 473 p, il.

**Componente Curricular: Análise de Investimentos**

Área Temática: Administração Financeira e Orçamentos

**Ementa:**

Administração dos ativos e investimento de capital. Técnicas de investimento de capital. Análise de risco. Custo e estrutura de capital. Avaliação de investimentos. Valoração e renovação de ativos. Princípios qualitativos de aplicação de capital. Fontes de financiamento de longo prazo. Efeitos tributários na análise de investimentos. Análise de sensibilidade e árvores de decisão.

**Objetivos:**

Conhecer e analisar investimentos empresariais e públicos. Avaliar o retorno do investimento e sua viabilidade.

**Bibliografia básica:**

ASSAF NETO, Alexandre. Finanças corporativas e valor. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010. XXXII, 726 p, il.

BRUNI, Adriano Leal; FAMÁ, Rubens. As decisões de investimentos: [com aplicações na HP12C e Excel]. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2007. XIV, 218 p, il.

CASAROTTO FILHO, Nelson; KOPITTKE, Bruno Hartmut. Análise de investimentos: matemática financeira, engenharia econômica, tomada de decisão, estratégia empresarial. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 411 p, il.

**Bibliografia complementar:**

CARDOSO, Amilton Fernando, et al. Orçamento de capital como instrumento estratégico para análise de investimentos empresariais. In: Revista da Unifebe, Brusque, v. 4, n. 4, p. 135-141, out. 2006.

HALFELD, Mauro. Investimentos: como administrar melhor seu dinheiro. São Paulo: Fundamento Educacional, 2001. 142p.

GITMAN, Lawrence J. Princípios de Administração Financeira. 12. Ed. São Paulo: Pearson: 2010.

SOUZA, Alceu; CLEMENTE, Ademir. Decisões financeiras e análise de investimentos: fundamentos, técnicas e aplicações. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. x, 186 p, il.

LAPPONI, J. C. Projetos de Investimentos na Empresa. Rio de Janeiro: Elsevier Campus, 2007, 512 p.

<b>Componente Curricular: Gestão da Informação</b>
<b>Área Temática: Administração de Sistemas de Informação</b>
<p><b>Ementa:</b></p> <p>A evolução da ciência administrativa e a tecnologia da informação. Organizações cibernéticas. Conceito referente Sistemas e Gestão da Informação. Impacto nas organizações em decorrência da utilização dos sistemas de informação. Gestão da Informação como recurso estratégico e competitivo nas organizações. Redesenho dos processos a partir da implantação de sistemas de Gestão Integrada. Metodologia de implantação da Gestão Integrada. Análise custo/benefício da implantação da Gestão Integrada. Visão holística da organização através da Gestão Integrada.</p>
<p><b>Objetivos:</b></p> <p>Evidenciar o papel da informação nas organizações através da potencialização dos sistemas de informação. Abordar metodologias de avaliação para adquirir e implantar sistemas de gestão de informação. Demonstrar a importância da gestão da informação como recurso estratégico valioso para o administrador, visando facilitar o processo da tomada de decisões.</p>
<p><b>Bibliografia básica:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- LAUDON, Kenneth C; LAUDON, Jane Price. Sistemas de informação gerenciais: administrando a empresa digital.5. ed. São Paulo: Pearson Brasil, 2003. xx, 562 p.</li> <li>- O'BRIEN, James A; MARAKAS, George M. Administração de sistemas de informação.15. ed. Porto Alegre: AMGH, 2013. XXIX, 590 p, il.</li> <li>- STAIR, Ralph M; REYNOLDS, George W. Princípios de sistemas de informação. São Paulo : Cengage Learning, 2011. XVII, 590 p, il.</li> </ul>
<p><b>Bibliografia complementar:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- DAVENPORT, Thomas H; MARCHAND, Donald A; DICKSON, Tim. Dominando a gestão da informação. Porto Alegre: Bookman, 2004. VIII, 407 p, il. Tradução de: <i>Mastering information management</i>.</li> <li>- OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Sistemas de informações gerenciais: estratégicas, táticas, operacionais.15. ed. São Paulo (SP): Atlas, 2012. XXIV; 299 p, il.</li> <li>- OLIVEIRA, Fátima Bayma de. Tecnologia da informação e da comunicação: desafios e propostas estratégicas para o desenvolvimento dos negócios. Rio de Janeiro: Pearson Prentice Hall: FGV, 2006. 240 p, il.</li> <li>- TAKEUCHI, Hirotsugu; NONAKA, Ikujiro. Gestão do conhecimento. Porto Alegre: Bookman, 2008. xiii 319 p, il.</li> <li>- SHIMIZU, Tamio. Decisão nas organizações: introdução aos problemas de decisão encontrados nas organizações e nos sistemas de apoio a decisão. São Paulo: Atlas, 2001. 317p, il.</li> </ul>



<b>Componente Curricular: Organização de Vendas</b>
<b>Área Temática: Administração Mercadológica</b>
<p><b>Ementa:</b> Documentação básica, funções da área de vendas, tipos de organização: por mercado, por produto, <i>Key account</i>, funcional, geográfico, misto. Zoneamento de vendas. uso da tecnologia na organização <i>inbound marketing</i> e <i>inside sales</i>.</p>
<p><b>Objetivos:</b> Instrumentalizar o acadêmico tornando-o capaz de organizar um departamento de vendas eficiente.</p>
<p><b>Bibliografia básica:</b> CHURCHILL JR., Gilberta; PETER, J. Paul. Marketing: Criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2000. GOBE, Antonio Carlos; MOREIRA, Júlio César Tavares. Administração de vendas.2. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2012. xvii, 388 p, il. ZOLTNERS, Andris A; SINHA, Prabhakant; ZOLTNERS, Greggor A. Manual completo para acelerar o desempenho da força de vendas. São Paulo: Cultrix, 2004. 424 p, il.</p>
<p><b>Bibliografia complementar:</b> ASTRO, L.T.; NEVES, M.F. Administração de Vendas: planejamento, estratégia e gestão. São Paulo: Atlas, 2005 EADES, Keith M. The new solution selling: the revolutionary sales process that is changing the way people sell. New York: McGraw-Hill, c2004. xvi, 299 p, il. CHIAVENATO, Idalberto. Administração de vendas: uma abordagem introdutória. Rio de Janeiro: Campus, 2005. 164 p, il. LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Administração de vendas.8. ed. São Paulo: Atlas, 2005. 311 p, il. MATTAR, Fauze Najib. Administração de varejo. Rio de Janeiro: Campus, 2011. 602 p, il.</p>

#### 5.4.2.5 Disciplinas da FASE V

<b>Componente Curricular: Formação de Preços de Vendas</b>
<b>Área Temática: Contabilidade</b>
<p><b>Ementa:</b> O processo decisório na fixação dos preços. As estratégias. Decisão de Preços. Preços a Valor Presente. Preços para micro e pequenas empresas. Relatórios Gerenciais.</p>
<p><b>Objetivos:</b> Compreender os reflexos das diferentes metodologias e estratégias aplicadas à precificação de bens e serviços.</p>
<p><b>Bibliografia básica:</b> - ASSEF, Roberto. Guia prático de formação de preços: aspectos mercadológicos, tributários e financeiros para pequenas e médias empresas. 2. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Elsevier : Campus, 2003. xvii, 113 p, il. , 1 CD-ROM. Acompanha CD. - BRUNI, Adriano Leal; FAMÁ, Rubens. Gestão de custos e formação de preços com aplicações na calculadora HP 12C e Excel: inclui 150 exercícios resolvidos, a planilha CUSTOS.XLS e o conjunto de apresentações CUSTOS.PPT.5. ed. São Paulo: Atlas, 2008. 569 p, il., 1 CD-ROM. (Finanças na prática). - OLIVEIRA, Luis Martins de; PEREZ JÚNIOR, José Hernandez. Contabilidade de custos para não contadores: textos e casos práticos com solução.5. ed. São Paulo: Atlas, 2012. xiv, 474 p, il. - PADOVEZE, Clóvis Luís. Curso básico gerencial de custos: [texto e exercícios].2. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006. 410 p, il. - THEISS, José Reinaldo; KRIECK, Manfredo. Custos e preços sugeridos de venda: cálculos e enfoques práticos: serviços, comércio e indústria.4. ed. Blumenau. Odorizzi, 2012. 150 p, il.</p>
<p><b>Bibliografia complementar:</b> - BEULKE, Rolando; BERTO, Dálvio José. Precificação: sinergia do marketing e das finanças. São Paulo: Saraiva, 2008. xvi, 412 p, il. - FORMAÇÃO e administração de preços.2.ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: FGV, 2006. 170 p, il.</p>

(Marketing).

- DOLAN, Robert J; SIMON, Hermann. O poder dos preços: as melhores estratégias para ter lucro. São Paulo: Futura, 1998. 403p, il. Tradução de: Power pricing.
- GARCIA, Luiz Martins. Exportar: rotinas e procedimentos, incentivos e formação de preços. 9. ed. São Paulo: Aduaneiras, 2011. 223 p., il.
- LOYOLA, Gustavo Jorge Laboissiere; FUNDACAO GETULIO VARGAS. Preços relativos em um processo inflacionário. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1991. 107 p. (Serie teses EPGE, 19).
- MARTINS, Eliseu. Contabilidade de custos. 10. ed. de acordo com os Pronunciamentos Técnicos do CPC e com as Leis n. 11.638-07 e 11.941-09. São Paulo: Atlas, 2010. 370 p, il.
- MORANTE, Antonio Salvador; JORGE, Fauzi Timaco. Formação de preços de venda. São Paulo: Atlas, 2009. 126 p, il.
- MORRIS, Michael H; MORRIS, Gene. Política de preços em um mercado competitivo e inflacionado. São Paulo: Makron Books, 1994. xxii, 256p, il. Tradução de: Market-oriented pricing.
- SANTOS, Joel José dos. Contabilidade e análise de custos: modelo contábil, métodos de depreciação, ABC - custeio baseado em atividades, análise atualizada de encargos sociais sobre salários, custos de tributos sobre compras e vendas. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011. xx, 249 p, il.
- SANTOS, Joel José dos. Fundamentos de custos para formação do preço e do lucro. 5. ed. rev., ampl. e modificada. São Paulo: Atlas, 2005. xx, 185 p, il.

**Componente Curricular: Responsabilidade Social e Ambiental**

**Área Temática: Administração Geral**

**Ementa:**

Introdução geral: histórico e conceitos; Ambiente social e organizacional; Responsabilidade social: individual, coletiva e organizacional; Normatização: ISOS e SA8000; Empreendedorismo social; Terceiro setor; Projetos sociais; Tendências e perspectivas, Educação Ambiental.

**Objetivos:**

Propiciar visão introdutória dos principais temas e especificidades da responsabilidade social e ambiental. Difundir conhecimento teórico e prático sobre a atuação social e ambiental de empresas, responsabilidade social, empreendedorismo social e terceiro setor. Disseminar ferramentas de gestão da responsabilidade social, aspectos jurídicos e modelos de cooperação entre empresas e organizações da sociedade civil.

**Bibliografia básica:**

- AUSTIN, James E.; FOUADATION, Peter D. Parcerias: fundamentos e benefícios para o terceiro setor. São Paulo: Futura, 2001.
- ESTEVES, Sérgio A. P. O dragão e a borboleta: sustentabilidade e responsabilidade social nos negócios. São Paulo: Axis Mundi: AMCE, 2000.
- ETHOS, Instituto. Ferramenta de auto-avaliação e planejamento. São Paulo: Instituto Ethos, 2003.
- ETHOS. Responsabilidade social empresarial para micro e pequenas empresas: passo a passo. São Paulo: Instituto Ethos, 2003.
- MELO NETO, Francisco P.; FRÓES, César. Empreendedorismo social: a transição para a sociedade sustentável. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

**Bibliografia complementar:**

- ETHOS, Instituto. Ferramenta de auto-avaliação e planejamento. São Paulo: Instituto Ethos, 2003.
- FALCÃO, Joaquim. Democracia, direito e terceiro setor. Rio de Janeiro: FGV, 2004.
- GRAYSON David; HODGES, Adrian. Compromisso social e gestão empresarial. São Paulo: Publifolha, 2002.
- OLIVEIRA, Marco A. L. de. SA 8000: o modelo ISO 9000 de aplicado á Responsabilidade social. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.
- MORIN, Edgar. A cabeça bem-feita: repensar a reforma, reformar o pensamento. 10. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.
- TACHIZAWA, Takeshy. Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa: estratégias de negócios focadas na realidade brasileira. São Paulo: Atlas, 2002

<b>Componente Curricular: Direito Empresarial</b>
<b>Área Temática: Direito</b>
<p><b>Ementa:</b> Direito empresarial. Empresário individual. Empresa, pessoa jurídica e estabelecimento empresarial. Sociedades de fins econômicos: simples e empresárias. Sociedade limitada e sociedade anônima. Direito concursal: recuperação extrajudicial, judicial e falência de empresas. Direito cambiário: títulos de crédito. Contratos empresariais em espécie.</p>
<p><b>Objetivos:</b> Estudar o direito empresarial com a finalidade de aplicá-lo na atividade profissional do administrador de empresas.</p>
<p><b>Bibliografia básica:</b> - COELHO, Fábio Ulhôa. Manual de direito comercial: direito de empresa. 22. ed. São Paulo: Saraiva, 2010. XVIII, 501 p. - GUSMÃO, Mônica. Lições de direito empresarial. 10. ed. atual. Com o projeto do código de processo civil. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2011. XXIV, 615 p. - MAMEDE, Gladston. Manual de direito empresarial. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2013. XXI, 496 p, il. - RAMOS, André Luiz Santa Cruz. Direito empresarial esquematizado. 3. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Método, 2013. XXX, 824 p, il. - REQUIÃO, Rubens; REQUIÃO, Rubens Edmundo. Curso de direito comercial. 30. ed. São Paulo: Saraiva, 2011-2013. 2v. - RIZZARDO, Arnaldo. Direito de empresa. 4. ed. rev., atual. e ampl. Rio de Janeiro: Forense, 2012. XXXVI, 1164 p.</p>
<p><b>Bibliografia complementar:</b> - BULGARELLI, Waldirio. Títulos de crédito. 18. ed. atual. São Paulo: Atlas, 2001. 612p, il. - COELHO, Fábio Ulhôa. Comentários à Lei de falências e de recuperação de empresas. 9. ed. São Paulo: Saraiva, 2013. 536 p. - COELHO, Fábio Ulhôa. Curso de direito comercial: direito de empresa. 17. ed. São Paulo: Saraiva, 2013. 3v. - DINIZ, Maria Helena. Código Civil anotado. 14. ed., rev. e atual. São Paulo (SP) : Saraiva, 2009. - GONÇALVES NETO, Alfredo de Assis. Direito de empresa: comentários aos artigos 966 a 1.195 do código civil. 4. ed. rev., atual e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012. 779 p. - GUSMÃO, Mônica. Lições de direito empresarial. 10. ed. atual. com o projeto do código de processo civil. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2011. XXIV, 615 p. - MAMEDE, Gladston. Direito societário: sociedades simples e empresárias. 6. ed. atual. com a Lei 12.441/11 (Eireli), Lei 12.431/11 (alterações na Lei de sociedades por ações), Lei 12.399/11 (sócio incapaz) e Lei complementar 139/11 (microempresa e empresa de pequeno porte). São Paulo: Atlas, 2012. xxiii, 506 p. - MAMEDE, Gladston. Direito societário: sociedades simples e empresárias. 6. ed. atual. com a Lei 12.441/11 (Eireli), Lei 12.431/11 (alterações na Lei de sociedades por ações), Lei 12.399/11 (sócio incapaz) e Lei complementar 139/11 (microempresa e empresa de pequeno porte). São Paulo: Atlas, 2012. XXIII, 506 p. - MAMEDE, Gladston. Empresa e atuação empresarial. 6. ed. atual. com a Lei nº 12441/11 (empresa individual de responsabilidade limitada - EIRELI) e Lei complementar nº 139/11 (microempresa e empresa de pequeno porte). São Paulo: Atlas, 2012. XXIII, 403 p. - MAMEDE, Gladston. Falência e recuperação de empresas. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2012. 476 p. - MAMEDE, Gladston. Manual de direito empresarial. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2013. XXI, 496 p, il.</p>

<b>Componente Curricular: Ativação Comercial</b>
<b>Área Temática: Administração Mercadológica</b>
<p><b>Ementa:</b> Recrutamento, seleção treinamento, remuneração/motivação, direcionamento, estabelecimento de</p>

metas; acompanhamento e controle do desempenho e dos resultados em vendas.
Objetivos: Capacitar os estudantes no gerenciamento de equipes de vendas.
Bibliografia básica: COBRA, Marcos. Administração de Vendas. 5ª ed. - São Paulo: Atlas, 2014. GOBE, Antonio Carlos; MOREIRA, Júlio César Tavares. Administração de vendas. 2. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2012. xvii, 388 p, il. ZOLTNERS, Andris A; SINHA, Prabhakant; ZOLTNERS, Greggor A. Manual completo para acelerar o desempenho da força de vendas. São Paulo: Cultrix, 2004. 424 p, il.
Bibliografia complementar: COBRA, Marcos. Administração de Vendas: casos, exercícios e estratégias. São Paulo: Atlas, 1986. LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Administração de vendas. 8ª ed. 4ª reimpr. São Paulo: Atlas, 2009. LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Administração de vendas. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2005. 311 p, il. CASTRO, Luciano Thomé e. Administração de vendas: planejamento, estratégia gestão. São Paulo: Atlas, 2005. COBRA, Marcos; RANGEL, Alexandre. Serviços ao cliente - uma estratégia competitiva. 7a. ed. São Paulo: Marcos Cobra Editora, 1993.

#### 5.4.2.6 Disciplinas Optativas:

<b>Componente Curricular: LIBRAS</b>
Área Temática: Letras
Ementa: A Surdez: Conceitos básicos, causas e prevenções. A evolução da história do surdo. A estrutura lingüística da Libras: aspectos estruturais da Libras; LIBRAS: Aplicabilidade e vivência.
Objetivos: Compreender as características do deficiente auditivo e o processo de comunicação através da Libras com vistas a favorecer a aprendizagem do deficiente auditivo.
Bibliografia básica: CAPOVILLA, Fernando Cesar; RAPHAEL, Walkiria Duarte. <b>Dicionário enciclopédico ilustrado trilingüe da língua de sinais brasileira.</b> 2. ed. São Paulo: FENEIS: EDUSP: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2001. 2v, il. - STOCK, Irene M; STROBEL, Karin Lilian. <b>Brincando e aprendendo com libras: língua brasileira de sinais.</b> Curitiba: Universidade Tuiuti do Paraná, [1999]. 82p, il. - STROBEL, Karin Lilian. <b>As imagens do outro sobre a cultura surda.</b> 2. ed. rev. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2009. 133 p, il.
Bibliografia complementar: QUADROS, Ronice Müller de. <b>Educação de surdos: a aquisição da linguagem.</b> Porto Alegre: Artes Médicas, 1997. xi, 126 p, il. (Biblioteca Artmed. Alfabetização e linguística). - QUADROS, Ronice Müller de. <b>O tradutor e intérprete de língua brasileira de sinais e língua portuguesa.</b> Brasília, D.F: MEC-SEESP, 2004. 94 p, il. <b>Eletrônico</b> - www.feneis.com.br www.ines.org.br www.acessobrasil.org.br/libras/ www.surdosol.com.br www.ronice.ced.ufsc.br www.atividadeseducativas.com.br

<b>Componente Curricular: Planejamento Estratégico</b>
Área Temática: Administração Geral
<p>Ementa:</p> <p>Sistema de planejamento organizacional. Conceito, características e etapas do processo de planejamento estratégico. O planejamento estratégico em diferentes contextos. Vantagens e desvantagens do planejamento estratégico.</p>
<p>Objetivos:</p> <p>Capacitar os graduandos para a formulação e implementação de processos de planejamento estratégico.</p>
<p>Bibliografia básica:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- MINTZBERG, Henry; AHLSTRAND, Bruce; LAMPEL, Joseph. <b>Safári de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico</b>. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010. 392 p.</li> <li>- OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. <b>Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas</b>. 32. ed. São Paulo: Atlas, 2014. XXXVIII, 343 p,</li> <li>- PORTER, Michael E. <b>Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência</b>. 17. ed. com nova introdução. Rio de Janeiro: Campus, c1986. 362p, il.</li> </ul>
<p>Bibliografia complementar:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- MINTZBERG, Henry; AHLSTRAND, Bruce; LAMPEL, Joseph. <b>Safári de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico</b>. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010. 392 p. il.</li> <li>- OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. <b>Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas</b>. 32. ed. São Paulo: Atlas, 2014. XXXVIII, 343 p, il.</li> <li>- PORTER, Michael E. <b>Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência</b>. 17. ed. com nova introdução. Rio de Janeiro: Campus, c1986. 362p, il.</li> </ul> <p>Complementar</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ANDRADE, Arnaldo Rosa de. <b>Planejamento estratégico: formulação, implementação e controle</b>. São Paulo: Atlas, 2012. x, 182 p. il.</li> <li>- ARAÚJO, Luis César G. de (Luis César Gonçalves de); CARMO, Maria Scarlet do; MATESCO, Karen. <b>Ações estratégicas: desafios e caminhos para a gestão contemporânea</b>. São Paulo: Atlas, 2013. xvi, 241 p, il.</li> <li>- DAHER, Elias. <b>Gestão estratégica: completa e total</b>. [S.l.] : Ed. do Autor, [2014]. 611 p, il.</li> <li>- HITT, Michael A; IRELAND, R. Duane; HOSKISSON, Robert E. <b>Administração estratégica: competitividade e globalização</b>. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2008. XXI, 415 p, il.</li> <li>- LOBATO, David Menezes. <b>Gestão estratégica</b>. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2013. 204 p, il.</li> <li>- PORTER, Michael E. <b>Competição: estratégias competitivas essenciais</b>. 10. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003. 515 p, il. (A Harvard business review book). Tradução de: <i>On competition</i>.</li> <li>- PORTER, Michael E. <b>Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior</b>. 24. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003. XIX, 512p, il.</li> </ul>

<b>Componente Curricular: Administração de Empresas de Serviços</b>
Área Temática: Administração Geral
<p>Ementa:</p> <p>Fundamentos para administração de serviços. Conceitos de serviços. Tipos de Serviços. Criação de valor por meio dos serviços. Estruturação da empresa de serviços. Gestão das operações de serviços. Qualidade em serviços.</p>
<p>Objetivos:</p> <p>Ao final desta disciplina o aluno deverá estar capacitado a compreender as empresas de serviços, tanto sob o aspecto teórico como o prático. Deverá conhecer a estruturação e funcionamento de uma empresa voltada ao segmento de serviços.</p>
<p>Bibliografia básica:</p> <p>LOVELOCK, Christopher e WRIGHT, Lauren. <b>Serviços: marketing e gestão</b>. São Paulo: Saraiva, 2006.</p> <p>HOFFMAN, K. D., BATESON, JOHN E.G. <b>Princípios de marketing de serviços: conceitos, estratégias e casos</b>. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.</p>

ZEITHALM, V; BITNER, M. J. Marketing de serviços: a empresa com foco no cliente. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

Bibliografia complementar:

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

GIANESE, I.G.N., CORRÊA, H.L. Administração estratégica de serviços: operações para satisfação do cliente. São Paulo: Atlas, 1994.

GRÖNROOS, Christian. Marketing: gerenciamento e serviços: a competição de serviços na hora da verdade. Rio de Janeiro: Campus, 1995.

LOVELOCK, C; WIRTZ, J. Marketing de serviços: pessoas tecnologia e resultados. 5 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

KOTLER, P; KELLER, K. Administração de Marketing. 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

Componente Curricular: Análise de Indicadores Financeiros e Econômicos

Área Temática: Economia

Ementa:

Identificação das principais fontes de dados (municipais, estaduais, nacionais e internacionais). Principais indicadores e técnicas para elaboração de indicadores econômicos e sociais. Técnicas para a elaboração de cenários econômicos. Técnicas para a elaboração de análises setoriais. Análise de Conjuntura da economia regional, estadual brasileira, assim como dos fatores internacionais que influenciam a dinâmica e o comportamento da economia nacional. Avaliação do impacto das políticas públicas sobre o comportamento dos diversos setores econômicos. Análise de conjuntura de curto-prazo. Análise de informações demográficas e socioeconômicas (saúde, educação, renda, infraestrutura). Estudos setoriais globais e planejamentos urbano e regional.

Objetivos:

Instrumentalizar e capacitar os estudantes para a elaboração, interpretação, compreensão e apresentação de cenários econômicos.

Bibliografia básica:

BUARQUE, Sérgio. **Metodologia e Técnicas de Construção de Cenários Globais e Regionais**. Texto para Discussão no. 939, IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. Brasília, 2003.

FEIJÓ, C.A. et al. **Para Entender a Conjuntura Econômica**. São Paulo: Manole, 2007.

FERREIRA, PAULO VAGNER. **Análise de Cenários Econômicos**. Curitiba: InterSaberes, 2015.

GONÇALVES, R.R. et al. **Cenários econômicos e tendências**. Rio de Janeiro: FGV, 2011.

SOUZA, H. J. (Betinho). **Como se faz análise de conjuntura**. 26ª ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2005.

Bibliografia complementar:

ARENDDT, H. **Entre o passado e o futuro**. São Paulo: Perspectiva, 1992.

BRASIL. SAE (Secretaria de Assuntos Estratégicos). **Cenários exploratórios do Brasil 2020: texto para discussão**. Brasília: SAE, set. 1997.

BUARQUE, S. C. **Metodologia de planejamento do desenvolvimento local e municipal sustentável**. Recife: IICA, 1999.

BUARQUE, S. C. **Metodologia de planejamento microregional**. Recife/Brasília, Ipea/Pnud, outubro de 2000, mimeo.

CAPRA, F. **A teia da vida** (The web of life) - uma nova compreensão científica dos sistemas vivos. São Paulo: Cultrix/Amana-key, 1996.

HABERMAS, J. **Passado como futuro**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1993.

MARCIAL, Elaine Coutinho; Grumbach, Raul S. **Cenários prospectivos: como construir um futuro melhor**. 3.ed. Rio de Janeiro: FGV, 2005 (capítulos 2, 3 e 4; páginas 33-89).

MARCIAL, Elaine Coutinho; Costa, Alfredo J.L. **E o mundo não acabou...** O uso de cenários prospectivos e Inteligência Competitiva: caso do Bug 2000 no Banco do Brasil. In: Workshop Brasileiro de Inteligência Competitiva e Gestão do Conhecimento, 2, Florianópolis, 2001. Anais. Florianópolis: UFSC, out. 2001. CD-Rom. MCRAE, H. **O mundo em 2020** - poder, cultura e prosperidade: uma visão do futuro. São Paulo: Record, 1998.

PORTO, C. A.; SOUZA, N. M.; BUARQUE, S. C. **Construção de cenários e prospecção de futuros**. Recife: Litteris, 1991.

SCHWARTZ, P.; VAN DER HEIJDEN, K. Cultura. **A arte da previsão**. São Paulo: Scritta, 1995.

VIANNA, Marco Aurélio F.; VELASCO, Sérgio D. **Nas ondas do Futuro: uma análise das tendências e das oportunidades para o amanhã**. São Paulo: Editora Gente, 2001.

Componente Curricular: Gestão de Projetos
Área Temática: Administração Geral
Ementa: Conceitos e definições de Projeto. Iniciação de projetos. Planejamento de projetos. Execução, monitoramento e controle de projetos. Encerramento de projetos.
Objetivos: Capacitar os estudantes na gestão de projetos como ferramenta eficaz para a resolução de problemas não recorrentes e complexos.
Bibliografia básica: CARVALHO, M., RABECHINI, R. Fundamentos em gestão de projetos: construindo competências para gerenciar projetos. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2011. KEELLING, R. Gestão de projetos: uma abordagem global. São Paulo: Saraiva, 2002. KERZNER, H. Gestão de projetos: as melhores práticas. Porto Alegre: Bookman, 2006. RABECHINI, R. O gerente de projetos na empresa. 3 ed. São Paulo; Atlas: 2011. ROLDÃO, V. S. Gestão de projetos: uma perspectiva integrada. São Carlos: EDUFSCAR, 2004. TRENTIM, M. Gerenciamento de projetos: guia para as certificações CAPM e PMP. São Paulo: Atlas, 2011.
Bibliografia complementar: COHEN, D. J.; GRAHAN, R. J. Gestão de projetos: MBA executivo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002. DORNELAS, José. Empreendedorismo – transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2013. GERARDI, B. Gerenciamento de projetos sem crise: como evitar problemas previsíveis para o sucesso do projeto. São Paulo: Novatec Editora, 2012. LÜCK, H. Metodologia de projetos: uma ferramenta de planejamento e gestão. Petrópolis: Vozes, 2003. PMI. Um Guia do Conhecimento Em Gerenciamento de Projetos – Guia Pmbok® - 5 ed. Rio de Janeiro: Saraiva, 2014.