

ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

INFORMAÇÕES GERAIS

APRESENTAÇÃO

O curso de Pós-Graduação em Administração de Empresas são preparações amplas para o mercado profissional. Neles, o profissional estuda não apenas os assuntos típicos da área, mas todo tópico que possa auxiliar o desempenho de suas atividades. A Gestão costuma ser um dos itens do programa, assim como Recursos Humanos, Finanças e Contabilidade. Isto é, a Administração é a base para o bom funcionamento de uma empresa. Mais recentemente, as atividades também são vistas a partir da construção, controle e melhoria de sistemas, cabe ao administrador organizar as partes do negócio ou departamento para que, ao final de um processo, chegue-se a um resultado previsível. Diferente de um gestor de empresas, o qual estará encarregado de conduzir funções aos liderados para cumprir as metas estabelecidas pela empresa. Dessa forma, segundo Jules Henri Fayol, fundador da Teoria Clássica da Administração, "o administrador assume a responsabilidade direta por conduzir o negócio, tendo como objetivo mais importante o alcance das metas da empresa."

OBJETIVO

Fornecer ao aluno conhecimentos para planejar, organizar e ampliar os negócios de uma empresa, promovendo o cumprimento de metas satisfatórios para bons resultados.

METODOLOGIA

Em termos gerais, a metodologia será estruturada e desenvolvida numa dimensão da proposta em EAD, na modalidade online visto que a educação a distância está consubstanciada na concepção de mediação das tecnologias em rede, com atividades a distância em ambientes virtuais de aprendizagens, que embora, acontece fundamentalmente com professores e alunos separados fisicamente no espaço e ou no tempo, mas que se interagem através das tecnologias de comunicação. É importante salientar que a abordagem pedagógica que valorize a aprendizagem colaborativa depende dos professores e dos gestores da educação, que deverão torna-se sensíveis aos projetos criativos e desafiadores. Fornecerá aos alunos conhecimentos para desenvolver competências que possibilitem o desempenho eficiente e eficaz dessas respectivas funções, na perspectiva da gestão estratégica e empreendedora, de maneira a contribuir com o aumento dos padrões de qualidade da educação e com a concretização da função social da escola.

Código	Disciplina	Carga Horária
4810	Administração de Conflitos e o Processo de Negociação	45

APRESENTAÇÃO

Estratégia de Abordagem; Cinco estilos de Gestão de conflitos; Tributos fundamentais para o negociador; Estratégias de negociação; Barreiras da Comunicação eficaz; Modelo Toyota 5 porquês; Abordagens Facilitadoras da comunicação; Estratégias de Gestão e Resolução de Conflitos.

OBJETIVO GERAL

Mostrar, que, o conflito pode ser gerido, estudado, e transformado em um aspecto positivo, dentro de uma organização, através de estratégias e gestão de conflitos.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Analisar os tributos fundamentais para o negociador;
- Definir as abordagens facilitadoras da comunicação;
- Descrever as estratégias de gestão e resolução de conflitos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

ESTRATÉGIAS DE ABORDAGEM CINCO ESTILOS DE GESTÃO DE CONFLITOS GESTÃO DE CONFLITOS E TÉCNICAS DE NEGOCIAÇÃO COMO CHEGAR AO SIM! (FISHER E URY) TRÊS ATRIBUTOS FUNDAMENTAIS PARA O NEGOCIADOR ESTRATÉGIAS DE NEGOCIAÇÃO BARREIRAS À COMUNICAÇÃO EFICAZ TRÊS ELEMENTOS VALIOSOS EM NEGOCIAÇÃO PERFIL IDEAL DO NEGOCIADOR PROCESSO DE RESPIRAÇÃO COGNIÇÃO PENSAMENTOS TÉCNICA: DESCIDA VERTICAL QUATRO FORÇAS MODELO TOYOTA 5 POR QUÊS ORIENTAÇÃO DA ENERGIA ESTILOS DE NEGOCIAÇÃO ABORDAGENS FACILITADORAS DA COMUNICAÇÃO TÉCNICAS ECO E ESPELHO VANTAGENS E DESVANTAGENS DO CONFLITO ESTRATÉGIAS DE GESTÃO E RESOLUÇÃO DE CONFLITOS O CONFLITO E A NEGOCIAÇÃO E RESOLUÇÃO DE CONFLITOS O CONFLITO: CONCEPTUALIZAÇÃO

REFERÊNCIA BÁSICA

ALMEIDA, F. (1995). Psicologia para gestores. Comportamentos de sucesso nas organizações. Lisboa: Editora McGraw-Hill. BIRLEY, Sue; MUZYKA, Daniel. Dominando os Desafios do Empreendedor. São Paulo: Makron Books, 2011. CAVALCANTI, A. O Gestor e o seu papel na Gestão de Conflitos. Um estudo de caso em empresa de Varejo de Vestuário masculino. Tese de mestrado publicada, Faculdade de Ciências Económicas, Belo Horizonte. 2006.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

CUNHA, Carlos E. Apostila de negociações internacionais. São José: Univali, 2003. MARTINELLI, D. P.; ALMEIDA, A. P. de. Negociação e solução de conflitos. São Paulo: Atlas, 1998. MAXWELL, J. C. Vencendo com as Pessoas. Rio de Janeiro: Thomas Nelson, 2007.] MEIRELES, M. Teorias da administração: clássicas e modernas. São Paulo: Futura, 2003. VASCONCELOS, C. E. de. Mediação de Conflitos e Práticas Restaurativas. 1. ed. São Paulo: Método, 2008. WEISS, D. Como resolver (ou evitar) Conflitos no Trabalho. São Paulo: Nobel, 1993.

PERIÓDICOS

CHAGAS, S. O Papel do Líder na Gestão de Conflitos. Disponível em <http://www.webartigos.com>. Acesso em 21 dez. 2011.

APRESENTAÇÃO

Conceitos de ética e moral, sua dimensão nos fundamentos ontológicos na vida social e seus rebatimentos na ética profissional. O processo de construção do ethos profissional: valores e implicações no exercício profissional.

OBJETIVO GERAL

Compreender a natureza, importância e possibilidades da Ética profissional na visão social em que vivemos.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Refletir sobre as possibilidades e limites na Ética profissional.
- Compreender as concepções e evolução histórica da Ética profissional.
- Reconhecer a importância da atitude positiva e pró-ativa na Ética profissional.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

A ÉTICA E AS QUESTÕES FILOSÓFICAS LEITURA COMPLEMENTAR – TEXTO Nº 01 É A ÉTICA UMA CIÊNCIA?
A ÉTICA E A CIDADANIA LEITURA COMPLEMENTAR – TEXTO Nº 02 ÉTICA E DIREITOS HUMANOS A ÉTICA E A EDUCAÇÃO LEITURA COMPLEMENTAR – TEXTO Nº. 03 ÉTICA NA ESCOLA: FAÇA O QUE EU DIGO, MAS NÃO FAÇA O QUE EU FAÇO ÉTICA PROFISSIONAL, O GRANDE DESAFIO NO MERCADO DE TRABALHO LEITURA COMPLEMENTAR – TEXTO N. 04 ÉTICA PROFISSIONAL É COMPROMISSO SOCIAL ESTUDO DE CASOS: ÉTICA PROFISSIONAL CASO 1 - UM GESTOR TEMPERAMENTAL CASO 2 - ÉTICA E CHOQUE CULTURAL NA EMPRESA CASO 3 - RESPEITO PELAS PESSOAS CASO 4 - CONSIDERAÇÕES PROVENIENTES DO COMITÊ DE ÉTICA A URGÊNCIA DE ATITUDES ÉTICAS EM SALA DE AULA

REFERÊNCIA BÁSICA

HUME, David. Investigação sobre o entendimento humano. Tradução André Campos Mesquita. São Paulo: Escala Educacional, 2006.

NALINI, José Renato. Ética Geral e Profissional. 7.ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2009.

PAIVA, Beatriz Augusto. Algumas considerações sobre ética e valor. In: BONETTI, Dilséa Adeodata et al. (Org.). Serviço social e ética: convite a uma nova práxis. 6.ed. São Paulo.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

BRASIL. Secretaria de Educação Fundamental. Parâmetros Curriculares Nacionais: terceiro e quarto ciclos: apresentação dos temas transversais – Brasília: MEC/SEF, 1998. 436 p.

CHALITA, Gabriel. Os dez mandamentos da ética. 2 ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

CHAUÍ, Marilena. Convite à Filosofia. São Paulo: Ática, 1997. COMPARATO, Fábio Konder. Ética: direito, moral e religião no mundo moderno. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

DOWBOR, Ladislau. A reprodução social: propostas para um gestão descentralizada. Petrópolis: Vozes, 1999. FREIRE, Paulo. Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

PERIÓDICOS

4976	Gestão da Produção	45
------	--------------------	----

APRESENTAÇÃO

Administração da produção. Papel estratégico e objetivo da produção. Estratégia de produção. Sistemas de Produção. Arranjo físico para a produção. Desenvolvimento de produto. Cadeia de?suprimentos e?produção.?Planejamento?e Controle da Demanda.

OBJETIVO GERAL

Em um mundo globalizado e extremamente competitivo, saber aplicar as técnicas e ferramentas da gestão na área de produção industrial é imperativo para todo e qualquer profissional dos segmentos de logística, cadeia de suprimentos, PCP e demais áreas relacionadas com a produção industrial. Este conteúdo visa munir o estudante ou profissional de todos esses fundamentos e instrumentos, com vistas a gerar competitividade e eficiência no processo de produção industrial.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- **Estudar conceitos da administração da produção.**
- **Estudar como funciona o papel estratégico dentro de uma organização.**
- **Compreender a importância do planejamento e controle da produção.**

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – FUNDAMENTOS DA PRODUÇÃO INDUSTRIAL

- Explicar conceitos da administração da produção e a importância do profissional e da função produção no contexto organizacional.
- Apontar as atividades do setor da economia e a importância de conhecer os processos dentro de uma organização, bem como ter noção de mapeamento de processos.
- Reconhecer as atividades que compõem e o modelo de transformação da administração da produção.
- Interpretar os tipos de operações de produção para conectar com os conceitos da administração da produção.

UNIDADE II – GESTÃO ESTRATÉGICA DA PRODUÇÃO

- Explicar como funciona o papel estratégico dentro de uma organização.
- Identificar os objetivos estratégicos de uma organização.
- Interpretar o que é estratégia de produção, as perspectivas e como proteger a produção.
- Diferenciar os tipos de sistemas de produção com o modelo de negócio.

UNIDADE III – PROJETOS DE PLANTAS INDUSTRIAIS

- Explicar a importância da localização organizacional, os fatores que influenciam e as técnicas de estudo para escolher o melhor local para uma organização.
- Apontar os tipos de layouts e como podemos aplicá-los em cada contexto organizacional.
- Interpretar projeto de produtos e serviços e conhecer todos os estágios necessários para o desenvolvimento do projeto.
- Identificar a relevância da ergonomia nos postos de trabalho e entender como executa um projeto ergonômico.

UNIDADE IV – GESTÃO DA PRODUÇÃO E DA CADEIA DE SUPRIMENTOS

- Explicar a importância do planejamento e controle da produção, bem como suas atividades e a interação do PCP com os demais setores da organização.
- Identificar a rede de suprimentos, a demanda e a relação com a produção e com as demais áreas da empresa.
- Utilizar conceitos da previsão da demanda, os métodos de previsão da demanda.
- Identificar os sistemas utilizados no planejamento e controle da produção.

REFERÊNCIA BÁSICA

CHIAVENATO, I. **Administração da Produção: uma Abordagem Introdutória** (Vol. 16). Rio de Janeiro: Elsevier, 2005,

CHOPRA, S.; MEINDL, P. **Gestão da cadeia de suprimentos: estratégia e planejamento e operações**. 4ª edição. São Paulo: Pearson Education, 2011.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

MARTINS, P. G., & LAUGENI, F. P. **Administração da Produção** (Vol. 2). São Paulo: Saraiva, 2005.

PERIÓDICOS

MAXIMILIANO. A.C.A. **Administração de projetos**, 5. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

5013	Gestão de Projetos	45
------	--------------------	----

APRESENTAÇÃO

Metodologia de gestão de projetos. Ciclo de vida da gestão de projetos. Planejamento e organização do trabalho do projeto. Ferramentas de planejamento e acompanhamento de projetos. Planejamento de recursos humanos e montagem da equipe. Gerenciamento da equipe. Processos de gerenciamento de projetos.

OBJETIVO GERAL

Gerir projetos é uma atividade inerente à qualquer cargo ou função, aplicável a qualquer porte ou natureza empresarial. Este conteúdo leva o estudante ou profissional à aquisição de técnicas e ferramentas indispensáveis à gestão de projetos de quaisquer tipos, com ênfase no planejamento e administração de equipes de projeto.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Explicar o que é projeto e quais as implicações relacionadas ao seu gerenciamento.
- Reconhecer ferramentas de planejamento e acompanhamento de projetos.
- Apontar os conceitos básicos do gerenciamento e planejamento de recursos humanos
- Interpretar técnicas, estratégias e benefícios do tratamento de conflitos e negociação em projetos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – FUNDAMENTOS DA GESTÃO DE PROJETOS

GESTÃO DE PROJETOS

METODOLOGIA DE GESTÃO DE PROJETOS

CICLO DE VIDA DA GESTÃO DE PROJETOS

REQUISITOS E PROTOTIPAÇÃO EM PROJETOS

UNIDADE II – PLANEJAMENTO DE PROJETOS

PLANEJAMENTO DE PROJETOS

ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO DO PROJETO

PROGRAMAÇÃO DAS ATIVIDADES DO PROJETO

FERRAMENTAS DE PLANEJAMENTO E ACOMPANHAMENTO DE PROJETOS

UNIDADE III – MONTAGEM DAS EQUIPES DE PROJETO

RECURSOS HUMANOS DO PROJETO

PLANEJAMENTO DE RECURSOS HUMANOS

MONTAGEM DA EQUIPE

GERÊNCIA E LIDERANÇA EM PROJETOS

UNIDADE IV – GESTÃO DAS EQUIPES DE PROJETO

GERENCIAMENTO DA EQUIPE

TRATAMENTO DE CONFLITOS E NEGOCIAÇÃO

MOTIVAÇÃO DE EQUIPE E ADMINISTRAÇÃO DO TEMPO

PROCESSOS DE GERENCIAMENTO DE PROJETOS

REFERÊNCIA BÁSICA

PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE (PMI). **Um guia do conhecimento em gerenciamento de projetos** – Guia PMBoK. 5. ed. Pennsylvania/USA: PMI, 2012.

ANJOS, R. F. M. C. T. **Gerenciamento de conflitos e técnicas de negociação aplicáveis em projetos**. Rio de Janeiro: Centro de Tecnologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2018

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

CRUZ, F. **Scrum e Guia PMBOK® unidos no gerenciamento de projetos**. Rio de Janeiro: Brasport, 2013.

OLIVEIRA, D. de P. R. de. **Planejamento estratégico**: conceitos, metodologia, práticas. 25. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

PERIÓDICOS

WEISZ, J. **Projetos de inovação tecnológica**: planejamento, formulação, avaliação, tomada de decisões. Brasília: IEL, 2009.

4839	Introdução à Ead	60
------	------------------	----

APRESENTAÇÃO

Fundamentos teóricos e metodológicos da Educação a distância. Ambientes virtuais de aprendizagem. Histórico da Educação a Distância. Avaliação em ambientes virtuais de aprendizagem apoiados pela Internet.

OBJETIVO GERAL

Aprender a lidar com as tecnologias e, sobretudo, com o processo de autoaprendizagem, que envolve disciplina e perseverança.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Analisar e entender EAD e TIC (Tecnologia de Informação e Comunicação), Ambiente virtual de ensino e Aprendizagem, Ferramentas para navegação na internet.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – AMBIENTAÇÃO NA APRENDIZAGEM VIRTUAL

PRINCIPAIS CONCEITOS DA EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA
GERENCIAMENTO DOS ESTUDOS NA MODALIDADE EAD
AMBIENTE VIRTUAL DE APRENDIZAGEM
RECURSOS VARIADOS QUE AUXILIAM NOS ESTUDOS

UNIDADE II – APRIMORANDO A LEITURA PARA A AUTOAPRENDIZAGEM

A LEITURA E SEUS ESTÁGIOS
OS ESTÁGIOS DA LEITURA NOS ESTUDOS
ANÁLISE DE TEXTOS
ELABORAÇÃO DE SÍNTESES

UNIDADE III – APRIMORANDO O RACIOCÍNIO PARA A AUTOAPRENDIZAGEM

O RACIOCÍNIO DEDUTIVO
O RACIOCÍNIO INDUTIVO
O RACIOCÍNIO ABDUTIVO
A ASSOCIAÇÃO LÓGICA

UNIDADE IV – FERRAMENTAS DE PRODUTIVIDADE PARA A EAD

INTERNET E MANIPULAÇÃO DE ARQUIVOS
COMO TRABALHAR COM PROCESSADOR DE TEXTO?
COMO FAZER APRESENTAÇÃO DE SLIDES?
COMO TRABALHAR COM PLANILHAS DE CÁLCULO?

REFERÊNCIA BÁSICA

VALENZA, Giovanna M.; COSTA, Fernanda S.; BEJA, Louise A.; DIPP, Marcelo D.; DA SILVA, Sílvia C. **Introdução à EaD**. Editora TeleSapiens, 2020.

SANTOS, Tatiana de Medeiros. **Educação a Distância e as Novas Modalidades de Ensino**. Editora TeleSapiens, 2020.

MACHADO, Gariella E. **Educação e Tecnologias**. Editora TeleSapiens, 2020.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

DUARTE, Iria H. Q. **Fundamentos da Educação**. Editora TeleSapiens, 2020.

DA SILVA, Jessica L. D.; DIPP, Marcelo D. **Sistemas e Multimídia**. Editora TeleSapiens, 2020.

PERIÓDICOS

DA SILVA, Andréa C. P.; KUCKEL, Tatiane. **Produção de Conteúdos para EaD**. Editora TeleSapiens, 2020.

THOMÁZ, André de Faria; BARBOSA, Thalyta M. N. **Pensamento Científico**. Editora TeleSapiens, 2020.

75	Pesquisa e Educação a Distância	30
----	---------------------------------	----

APRESENTAÇÃO

A relação do ensino-aprendizagem na ação didática e no contexto da Educação a Distância no Brasil; EAD e a formação profissional; Ambiente virtual / moodle: conceito, funções e uso; Redes Sociais; Letramento Digital; Inclusão digital; Inovação pedagógica a partir do currículo e da sociedade de informação; Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC); As TIC abrindo caminho a um novo paradigma educacional; Cidadania, Ética e Valores Sociais; Pesquisas web.

OBJETIVO GERAL

Compreender a natureza, importância e possibilidades da Educação a distância no contexto sócio educacional em que vivemos. Analisar a importância do emprego das novas mídias e tecnologias para a formação profissional.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Refletir sobre as possibilidades e limites da educação a distância (EaD).
- Compreender as concepções de educação a distância de acordo com sua evolução histórica.
- Reconhecer a importância da atitude positiva e proativa do aluno da educação a distância.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

RELAÇÃO DO ENSINO-APRENDIZAGEM NAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR (IES) 1. OS PILARES DO ENSINO UNIVERSITÁRIO 2. ESTRATÉGIAS DIDÁTICAS PARA A RELAÇÃO ENSINO-APRENDIZAGEM NAS IES 3. LEI Nº 5.540/68 E AS IES EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA: POSSIBILIDADES PEDAGÓGICAS PARA AS IES 1. PAPEL DO PROFESSOR FRENTE ÀS TECNOLOGIAS EDUCACIONAIS 2. TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E

COMUNICAÇÃO E OS CURSOS EAD 3. AMBIENTES VIRTUAIS DE APRENDIZAGEM - 3.1 CIBERCULTURA OU CULTURAL DIGITAL - 3.2 O CIBERESPAÇO - 3.3 AS TIC COMO ESPAÇO DE APRENDIZAGEM - 3.4 MOODLE - 3.5 REDES E INTERNET LETRAMENTO E INCLUSÃO DIGITAL 1. INCLUSÃO DIGITAL 2. TIC E NOVOS PARADIGMAS EDUCACIONAIS 3. CIDADANIA, ÉTICA E VALORES SOCIAIS METODOLOGIA CIENTÍFICA 1. A PESQUISA E SEUS ELEMENTOS - 1.1 ETAPAS DA PESQUISA 2. CLASSIFICAÇÃO 3. MÉTODO DE PESQUISA: 4. TIPOS DE DADOS 5. FASES DO PROCESSO METODOLÓGICO 6. PESQUISA E PROCEDIMENTOS ÉTICOS 7. TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO (TCC)

REFERÊNCIA BÁSICA

LEMKE, J. L. Educação, Ciberespaço e Mudança. Em: The Arachnet Electronic Journal on Virtual Culture. 22. 22 de Março de 1993. Vol 1. Nº 1. LÉVY, P. As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993. _____. Cibercultura. Rio de Janeiro: Editora 34, 1999.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

LÉVY, P. O que é virtual? Rio de Janeiro: Editora 34, 1996. MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org). Pesquisa Social: teoria, método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 1994. PAPERT, Seymour. A máquina das crianças: repensando a escola na era da informática. Tradução de Sandra Costa. Porto Alegre, Rio Grande do Sul: Artmed, 1993. RAMAL, Andrea Cecília. Educação na cibercultura – Hipertextualidade, Leitura, Escrita e Aprendizagem. Porto Alegre: Artmed, 2002. RICARDO, Stella Maris Bortoni. O professor pesquisador. Introdução à pesquisa qualitativa. São Paulo: Parábola Editora, 2008.

PERIÓDICOS

LEMKE, J. L. Educação, Ciberespaço e Mudança. Em: The Arachnet Electronic Journal on Virtual Culture. 22. 22 de Março de 1993. Vol 1. Nº 1.

264	Administração Complexa e Liderança Coaching	60
-----	---	----

APRESENTAÇÃO

"Administração Complexa": Revendo as Bases Científicas da Administração; Teoria da Complexidade: Conceitos Gerais; Sistemas Complexos Adaptativos; A Organização Compreendida como um Sistema Complexo Adaptativo; A Teoria da Complexidade como uma nova base Científica para a Administração; Princípios de Administração "Complexa"; Autonomia; Cooperação; Agregação; Auto-Organização; Administração Complexa na Prática: o Estudo de Caso; Liderança Coaching: um Modelo de Referência para o Exercício do Enfermeiro-Líder no Contexto Hospitalar; Aplicação do Processo de Análise de Conteúdo; Oito Atribuições do Líder Coach.

OBJETIVO GERAL

- Demonstrar a importância dos estudos sobre a Administração Complexa e Liderança Coaching para a vida do profissional da área.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Estudar a teoria da complexidade e seus conceitos gerais;
- Caracterizar a organização compreendida como um sistema complexo adaptativo;
- Mostrar interesse nos estudos sobre as oito atribuições do líder coach.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

"ADMINISTRAÇÃO COMPLEXA": REVENDO AS BASES CIENTÍFICAS DA ADMINISTRAÇÃO TEORIA DA COMPLEXIDADE: CONCEITOS GERAIS SISTEMAS COMPLEXOS ADAPTATIVOS A ORGANIZAÇÃO COMPREENDIDA COMO UM SISTEMA COMPLEXO ADAPTATIVO A TEORIA DA COMPLEXIDADE COMO UMA NOVA BASE CIENTÍFICA PARA A ADMINISTRAÇÃO PRINCÍPIOS DE ADMINISTRAÇÃO "COMPLEXA" AUTONOMIA COOPERAÇÃO AGREGAÇÃO AUTO-ORGANIZAÇÃO ADMINISTRAÇÃO COMPLEXA NA PRÁTICA: O ESTUDO DE CASO LIDERANÇA COACHING: UM MODELO DE REFERÊNCIA PARA O EXERCÍCIO DO ENFERMEIRO-LÍDER NO CONTEXTO HOSPITALAR* OITO ATRIBUIÇÕES DO LÍDER COACH

REFERÊNCIA BÁSICA

AGOSTINHO, M. A Organização Emergente: Gerenciando o Processo de Auto-Organização, Rio de Janeiro, Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Engenharia de Produção da COPPE, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2009. _____ . Trabalho em Equipe e a Evolução da Cooperação, Rio de Janeiro, Anais do V Encontro Nacional da ABET (Associação Brasileira de Estudos do Trabalho), 2006. ANCORARH. Ancorarh informática. Disponível em: . Acesso em: 5 nov. 2013. ARAÚJO, A. Coach: um parceiro para seu sucesso. São Paulo: Gente; 2009. MILARE, S.A. Manual do Programa de Coaching. Korum Consultoria. Manuscrito. S.P. 2010. MILARÉ, S.A; YOSHIDA, E.M.P. Coaching de executivos: adaptação e estágio de mudanças. Psicologia: Teoria e Prática. 9 (1), 83 – 105. 2008.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

BAUER, R. Gestão da Mudança: Caos e Complexidade nas Organizações, São Paulo, Editora Atlas, 2009. CUNHA, K. C. Gerenciamento na enfermagem: novas práticas e competências. São Paulo: Martinari; 2005. DUTRA, J. S. Competências: conceitos e instrumentos para a gestão de pessoas na empresa moderna. São Paulo: Atlas, 2004. GLEISER, I. Caos e Complexidade: A Evolução do Pensamento Econômico, Rio de Janeiro, Editora Campus, 2009. GOLDSMITH, M; LYONS, L; FREAS, A. Coaching: o exercício da liderança. Rio de Janeiro: Campus; 2003. HERRING, J. P. Tópicos fundamentais de inteligência: processo para identificação e definição de necessidades de inteligência. In: PRESCOTT, J. E.; MILLER, S. H. Inteligência competitiva na prática. Rio de Janeiro: Campus, 2006. HERSEY, P; BLANCHARD, K. H. Psicologia para administradores: a teoria e as técnicas da liderança situacional. São Paulo: EPU; 2006. LIPP, M.E.N. Stress e o Turbilhão da Raiva. São Paulo: Casa do Psicólogo. 2010. POLIT, D; BECK, C. T; HUNGLER, B; P. Fundamentos de pesquisa em enfermagem. 5 ed. Porto Alegre: Artes Médicas; 2004. PORTER, M. Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior. Rio de Janeiro: Campus, 2009. YOSHIDA, E.M.P; ENÉAS, M.L. Psicoterapias Psicodinâmicas Breves: propostas atuais. SP: Alínea. 2008.

PERIÓDICOS

BALSANELLI, A.P; CUNHA, I.C.K.O. Liderança no contexto da enfermagem. Rev Esc Enferm USP. 2006.

5009	Administração de Materiais	80
------	----------------------------	----

APRESENTAÇÃO

Introdução à administração de recursos materiais e patrimoniais. Gestão e controle de estoques. Programação e controle da produção. Administração de suprimentos. Modelos de estratégias de encomendas. Gestão de estoques. Níveis de estoques. Inventários. Normalização e qualidade.

OBJETIVO GERAL

O objetivo desta disciplina é proporcionar ao egresso a capacidade de enfrentar os desafios da administração de materiais em toda a sua abrangência dentro do ciclo logístico e da cadeia de suprimentos.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- **Compreender a importância da administração de materiais nas organizações.**
- **Localizar, classificar e codificar materiais para organizar o sistema de armazenagem e recuperação de materiais.**
- **Reconhecer os atributos para se obter um fluxo contínuo de suprimentos para a produção, com preços acessíveis e padrões de quantidade e qualidade.**
- **Avaliar o desempenho da cadeia de suprimentos e da administração de materiais, identificando as vantagens e desvantagens de cada forma de avaliação.**

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – GESTÃO DE ESTOQUES E A CLASSIFICAÇÃO DOS MATERIAIS

CONCEITOS E ORGANIZAÇÃO DA ADMINISTRAÇÃO DE MATERIAIS
 PREVISÃO DE ESTOQUES
 CUSTOS, NÍVEIS, SISTEMAS DE CONTROLE E AVALIAÇÃO DE ESTOQUES
 CLASSIFICAÇÃO ABC E LOTE ECONÔMICO

UNIDADE II – ARMAZENAGEM E LOCALIZAÇÃO DE MATERIAIS

LOCALIZAÇÃO, CLASSIFICAÇÃO E CODIFICAÇÃO DE MATERIAIS
 INVENTÁRIO FÍSICO E EMBALAGEM
 ESTOCAGEM DE MATERIAIS
 EQUIPAMENTOS DE MOVIMENTAÇÃO

UNIDADE III – COMPRAS E NEGOCIAÇÃO

FUNÇÃO COMPRA
 SISTEMA DE COMPRAS
 QUALIDADE CORRETA E PREÇO-CUSTO
 CONDIÇÕES DE COMPRA, NEGOCIAÇÃO E FONTES DE FORNECIMENTO

UNIDADE IV – O CICLO DA COMPRA E ADMINISTRAÇÃO DE MATERIAIS

AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO
 GESTÃO DE ESTOQUES
 COMPRAS
 NEGOCIAÇÕES

REFERÊNCIA BÁSICA

CHIAVENATO, I. **Gestão de Pessoas: e o novo papel dos recursos humanos nas organizações.** 2 ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

DIAS, M. A. P. **Administração de Materiais: Princípios, Conceitos e Gestão.** Atlas. São Paulo, 2008.

DIAS, M. A. P. **Administração de Materiais: Uma abordagem logística.** Atlas, São Paulo, 2010.

GONÇALVES, P. S. **Administração de materiais.** 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

LEWICKI, R. J. SAUNDERS, D. M. BARRY, B. **Fundamentos de Negociação**, 5ªed. Bookman/AMGH, Porto Alegre, 2014.

MARTINS, P. G.; ALT, P. R. C. **Administração de materiais e recursos patrimoniais**. 3. ed. São Paulo, Saraiva., 2009.

MARTINS, P. G.; ALT, P. R. C. **Administração de Materiais e Recursos Patrimoniais**. Editora Saraiva, 2001.

MOGHIMI, R.; ANVARI, A. **An integrated fuzzy MCDM approach and analysis to evaluate the financial performance of Iranian cement companies**. International Journal of Advanced Manufacturing Technology, v. 71, 2014.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

PALMER, A. **Introdução ao marketing, teoria e prática**. São Paulo, Ática. 2006.

VIANA, J. J. **Administração de materiais: um enfoque prático**. São Paulo, Atlas, 2010.

PERIÓDICOS

POZO, H. **Administração de Recursos Materiais e Patrimoniais: uma abordagem logística**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2016

5334	Administração Financeira E Orçamentária	80
------	---	----

APRESENTAÇÃO

Objetivos e funções da administração financeira. Decisões financeiras de investimento e financiamento em longo prazo. Avaliação de alternativas de investimento. Estrutura financeira e de capital e alavancagem financeira. Políticas de utilização de lucro líquido. Orçamento empresarial e demonstrações financeiras projetadas: elaboração e execução.

OBJETIVO GERAL

O egresso estará preparado para gerir todo o processo do departamento financeiro, fazendo as ligações entre economia, finanças, contabilidade da organização indo fluxo de caixa, pagamentos, operações de crédito, etc.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Interpretar como funciona a administração financeira.
- Preparar as técnicas de implantação do sistema orçamentário.
- Identificar e solucionar problemas relacionados aos prazos.
- Modelar a análise da necessidade de capital de giro.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – FUNDAMENTOS DA ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA E ORÇAMENTÁRIA

ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA CORPORATIVA

SISTEMA ORÇAMENTÁRIO

PLANEJAMENTO FINANCEIRO DE CURTO PRAZO

GESTÃO ESTRATÉGICA DOS SISTEMAS DE CUSTOS

UNIDADE II – ESTRUTURA ANALÍTICA DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS

ESTRUTURA ORÇAMENTÁRIA

IMPLANTAÇÃO DO ORÇAMENTO DE INVESTIMENTOS

DEMONSTRAÇÃO CONTÁBIL DAS EMPRESAS

ANÁLISE DA NECESSIDADE DE FINANCIAMENTOS

UNIDADE III – PLANEJAMENTO E IMPLANTAÇÃO DE ESTRUTURAÇÃO

FINANCEIRA

ESTRUTURA DE CAPITAL

TÉCNICAS DE IMPLANTAÇÃO DA ESTRUTURA DE CAPITAL

PLANEJAMENTO FINANCEIRO DOS ATIVOS

PROJEÇÃO DA DEMONSTRAÇÃO FINANCEIRA

UNIDADE IV – ANÁLISE DE RISCOS

CUSTO DE CAPITAL

PLANEJAMENTO DA POLÍTICA DE DIVIDENDOS

RISCO ECONÔMICO E FINANCEIRO

ANÁLISE DE RISCO ECONÔMICO E PAYBACK

REFERÊNCIA BÁSICA

MARCONI, Márcia Valéria. Administração financeira e orçamentária. Recife: Telesapiens, 2021

VALENZA, Giovanna Mazzarro.; BARBOSA, Thalyta Mabel N. Barbosa. Introdução à EAD. Recife: Telesapiens, 2022.

STEPHEN, David.; BRITO, Stephanie Freire. Administração financeira e contábil. Recife: Telesapiens, 2022.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

BECHER, Julio. Gestão financeira. Recife: Telesapiens, 2022

RODRIGUES, Leandro. Planejamento e controladoria financeiros. Recife: Telesapiens, 2022

PAMPLONA, Ligia Marondi. Análise das demonstrações financeiras e bancárias. Recife: Telesapiens, 2021

PEREIRA, MICHEL TEIXEIRA. Análise das demonstrações contábeis. Recife: Telesapiens, 2021

PERIÓDICOS

FERREIRA, Adriana Greco. Gestão de custos e finanças. Recife: Telesapiens, 2022

APRESENTAÇÃO

Objetivos da pesquisa de mercado. Tipos, características e usos da pesquisa de mercado. O processo da pesquisa. Pesquisa qualitativa e pesquisa quantitativa. Estatística aplicada à pesquisa de mercado. Pesquisa de mercado e estratégias de comunicação.

OBJETIVO GERAL

Este conteúdo visa preparar o profissional de marketing e ciências afins para diagnosticar o comportamento do consumidor sobre produtos e serviços, empregando metodologias de pesquisa de mercado.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Interpretar a estrutura de mercado e os procedimentos de pesquisa.
- Interpretar como se configura as demandas do consumidor e como interferem na oferta.
- Comparar o posicionamento da oferta e entender cada estágio do ciclo de vida do produto.
- Avaliar como se configura os componentes dos sistemas de marketing.
- Conhecer o mix de marketing e como estes elementos colaboram com o planejamento empresarial e na definição de estratégias de mercado.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – ESTUDO E PREPARAÇÃO DE PESQUISAS DE MERCADO

COLETA E PREPARAÇÃO DAS INFORMAÇÕES DE PESQUISA

TIPOS DE PESQUISA

PLANEJAMENTO E DEFINIÇÃO DA AMOSTRA

UNIDADE II – COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

INTRODUÇÃO E DESCRIÇÃO GERAL DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

DEMANDAS DO CONSUMIDOR

ANÁLISE E PROJEÇÃO DAS DEMANDAS

INFLUÊNCIAS AMBIENTAIS

UNIDADE III – ANÁLISE DE MERCADO

MERCADO CONSUMIDOR E ORGANIZACIONAL

COMPORTAMENTO DE COMPRA ORGANIZACIONAL

SEGMENTAÇÃO DE MERCADO

POSICIONAMENTO DA OFERTA E O CICLO DE VIDA DO PRODUTO

UNIDADE IV – MODELOS, SISTEMAS E MIX DE MARKETING

TEORIA E MODELOS DE MARKETING

SISTEMAS DE MARKETING

MIX DE MARKETING

PARTICIPAÇÕES DE MERCADO

REFERÊNCIA BÁSICA

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de pesquisa em Administração**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

COSTA, F. J. **Mensuração e desenvolvimento de escalas**: aplicações em Administração. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2011.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

ENGEL, J. F. BLACKWELL, R. D., MINIARD, P W. **Comportamento do consumidor**. Rio de Janeiro. Livros técnicos e científicos Editora S.A. 8 ed. 2000.

KAUFFMAN, R. **Influences on organizational buying choice processes**: future research directions. Journal of Business & Industrial Marketing. v. 11, pp. 94-107, 1996.

KOTLER, P.; PFOERTSCH, W. **B2B Brand Management**. Berlin, Germany: Springer, 2006.

KOTLER, P. **Administração de Marketing**. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LINDSTROM, M. **A lógica do consumo**: verdades e mentiras sobre porque compramos. Trad. Marcello Lino. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

PERIÓDICOS

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing**: uma orientação aplicada. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MCDANIEL C, GATES, R. **Pesquisa de Marketing**. São Paulo: 1 ed. Cengage Learning, 2008.

OLIVEIRA, S. L. **Tratado de metodologia científica**. São Paulo: Pioneira, 2001.

342

Consultoria Interna e Tendências Empresariais

60

APRESENTAÇÃO

A consultoria interna e suas especificidades; O consultor profissional; Diagnóstico organizacional: modelos conceituais das tendências empresariais contemporâneas; As organizações empresariais: cultura organizacional como fator estratégico na gestão de mudança.

OBJETIVO GERAL

- Detectar e analisar os interesses e as necessidades do cliente interno empregando de maneira eficiente as informações recebidas para desenvolver estratégias globais, aprimorando os produtos oferecidos aos recursos humanos.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Descentralizar as informações da organização facilitando a tramitação da comunicação e ofertando ao seu cliente interno melhor atendimento aproximando-se dele e conhecendo as suas reais necessidades, o que reduz o ciclo de tempo do serviço prestado;
- Desenvolver estratégias globais, aprimorando os produtos oferecidos aos recursos humanos;
- Adquirir conhecimentos sobre o papel e a postura do consultor.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I - AS TEORIAS DA ADMINISTRAÇÃO 1. SITUAÇÃO ATUAL DA ÁREA DE RECURSOS HUMANOS UNIDADE II - AMBIENTE EXTERNO E INTERNO 1. A NECESSIDADE DE REFORMULAR A ÁREA DE RECURSOS HUMANOS 2. RECURSOS HUMANOS COMO NEGÓCIO 3. VISÃO ESTRATÉGICA DE RECURSOS HUMANOS 4. ENDOMARKETING 5. MISSÃO DA NOVA ÁREA DE RECURSOS HUMANOS UNIDADE III - O PROCESSO DE CONSULTORIA 1. CONSULTORIA ORGANIZACIONAL 1.1 CONSULTOR AUTÔNOMO 1.2 CONSULTOR ASSOCIADO 1.3 CONSULTOR EXTERNO 1.4 CONSULTOR EXCLUSIVO/PARTICULAR 1.5 CONSULTOR INTERNO 2. O PROCESSO DE CONSULTORIA INTERNA DE RECURSOS HUMANOS 2.1 OBJETIVOS DA CONSULTORIA INTERNA DE RECURSOS HUMANOS 2.2 RISCOS E OPORTUNIDADES NO MODELO DE CONSULTORIA INTERNA UNIDADE IV - GERENTE DE LINHA COMO GESTORES DE RECURSOS HUMANOS 1. O QUE É NECESSÁRIO PARA IMPLANTAR UM PROCESSO DE CONSULTORIA INTERNA DE RECURSOS HUMANOS 5.1 EXECUTANDO UM BENCHMARK 5.2 CONSCIENTIZAÇÃO DE TODOS 5.3 POLÍTICAS DE RECURSOS HUMANOS DEFINIDAS 5.4 CERTIFICAÇÕES PELAS NORMAS ISO-9000 5.5 A APLICAÇÃO DA TÉCNICA DO JOB ROTATION 5.6 SUSTENTAÇÃO ADMINISTRATIVA E FUNCIONAL 5.7 CAPACITAÇÃO DE CADA PROFISSIONAL DE RECURSOS HUMANOS 5.8 DEFINIÇÃO DO PAPEL DE CONSULTOR INTERNO 5.9 PROFUNDO COMPROMETIMENTO DA ALTA DIREÇÃO 5.10 GERENTES DE LINHA COMO GERENTES DE SEUS RECURSOS HUMANOS 5.11 TORNAR A ÁREA DE RECURSOS HUMANOS UMA BUSINESS UNIT 5.12 O ACOMPANHAMENTO CONSTANTE 5.13 ADEQUAÇÃO DE PERFIS 5.14 VALORIZAR O BACKGROUND E A COMPETÊNCIA INDIVIDUAL 5.15 REVISÕES E AVALIAÇÕES DO PROCESSO 5.16 ADMINISTRAR OS DIFICULTADORES UNIDADE V – CONSULTORIA: AÇÃO COMUM NO MUNDO 1. ABRANGÊNCIA DE RESPONSABILIDADE – UMA DEFINIÇÃO VITAL PARA O ÊXITO DO PROCESSO DE CONSULTORIA 2. INFLUÊNCIA E PODER: SÃO DIFERENTES E PRODUZEM EFEITOS DIFERENTES 3. O APOIO E O COMPROMETIMENTO, NECESSÁRIOS À IMPLEMENTAÇÃO DE AÇÕES, DEVEM ESTAR PACTUADOS DESDE O INÍCIO DE TRABALHO DE CONSULTORIA 4. CARACTERIZANDO O PAPEL E A POSTURA DO CONSULTOR 5. A MULTICLIPLINARIDADE COMO FATOR DE SUSTENTAÇÃO DA ATIVIDADE DE CONSULTORIA 6. RECONHECER A PRÓPRIA LIMITAÇÃO É, PARA O CONSULTOR, FATOR GERADOR DE CREDIBILIDADE 7. ASSERTIVIDADE – MESMO QUE ATRAVÉS DO RECONHECIMENTO DA INCOMPETÊNCIA 8. A INTENSIDADE E A FREQUÊNCIA COM QUE O CONSULTOR VIVÊNCIA A CONSULTORIA CONTRIBUEM PARA SUA FORMAÇÃO 9. A ALTERNÂNCIA DE COMPORTAMENTOS ENTRE TEMOR E ESPERANÇA DEVE SER MONITORADA E TRATADA PELO CONSULTOR 10. A FILOSOFIA E O ESTILO DO CONSULTOR SÃO DIFERENCIAIS NA ESCOLHA DO CONSULTANDO 11. CRIAR UM CLIMA DE COOPERAÇÃO É FUNDAMENTAL PARA A REALIZAÇÃO DE INTERVENÇÕES 12. O ESTILO DE VIDA PESSOAL DO CONSULTOR INFLUENCIA SUA ATUAÇÃO PROFISSIONAL 13. AGREGANDO VALOR, A PRESENÇA DE UM CONSULTOR EXTERNO É UMA MODALIDADE DE ATUAÇÃO CONJUNTA 14. AS PREMISSAS DO CONSULTOR 15. DESENVOLVER O COMPROMETIMENTO DO CLIENTE – UMA META SECUNDÁRIA DE TODO ATO DE CONSULTORIA 16. OS PAPÉIS QUE OS CONSULTORES ESCOLHEM UNIDADE VI - DIFERENÇAS IMPORTANTES ENTRE CONSULTORES INTERNOS E EXTERNOS UNIDADE VII - COMPREENDENDO A RESISTÊNCIA 1. AS FACES DA RESISTÊNCIA 2. LIDANDO COM A RESISTÊNCIA 2.1 NÃO ASSUMA QUE É PESSOAL 2.2 RESPOSTAS DE BOA FÉ 3. FAZENDO MALABARISMO COM O PROBLEMA APRESENTADO

REFERÊNCIA BÁSICA

BLOCK, P. Consultoria: o desafio da liberdade. 2. ed. São Paulo: Pearson Education, 2004. CROCCO, L. Consultoria empresarial. São Paulo: Saraiva, 2007 MERRON, K. Dominando consultoria. São Paulo: M.Books do Brasil, 2007. MOCSANYI, D. C. Consultoria: o que fazer, como vender. São Paulo: Gente, 2003. _____. Consultoria: o caminho das pedras. São Paulo: Central de Negócios, 2003. OLIVEIRA, D. P. R. de. Manual de consultoria empresarial: conceitos metodologia, práticas. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2007. PEREIRA, Maria José Lara de Brestas. Na Cova dos Leões: o consultor como facilitador do processo decisório empresarial. São Paulo: Makron Books, 1999.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

COSTA LEITE, L. A. M.; CARVALHO, I, V.; OLIVEIRA, J. L. C. R.; ROHM, R. H. D. (2005) Consultoria em gestão de pessoas. Rio de Janeiro: FGV. BLOCK, Peter. Consultoria: o desafio da liberdade. Makron, São Paulo, 1991. ORLICKAS, E. (2001). Consultoria Interna de Recursos Humanos. 4 ed. São Paulo: Futura.

PERIÓDICOS

APRESENTAÇÃO

A função sociocultural do currículo na organização do planejamento: temas geradores, projetos de trabalho, áreas de conhecimento. Análise dos Parâmetros Curriculares Nacionais para o Ensino Médio. Inovação curricular: metodologia de projetos e a interdisciplinaridade na organização curricular; Implicações didático-pedagógicas para a integração das tecnologias de informação e comunicação na educação.

OBJETIVO GERAL

Proporcionar uma reflexão sobre a atuação do professor como agente de formação de cidadãos críticos e colaborativos.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Aprimorar conceitos ligados a educação contemporânea;
- Reconhecer a importância do planejamento;
- Discutir o currículo escolar na educação de hoje;
- Analisar a Universidade, suas funções e as metodologias e didáticas que estão sendo empregadas.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

DOCÊNCIA SUPERIOR — UMA REFLEXÃO SOBRE A PRÁTICA BREVE HISTÓRICO SOBRE O ENSINO SUPERIOR BRASILEIRO FUNÇÃO DOCENTE NA SOCIEDADE CAPITALISTA FORMAÇÃO DO PROFESSOR UNIVERSITÁRIO: POSSIBILIDADES E OS LIMITES QUE COMPROMETEM UMA PRÁTICA REFLEXIVA A DIDÁTICA E O ENSINO SUPERIOR A DIDÁTICA E SUAS CONTRIBUIÇÕES TEÓRICO/TÉCNICO/OPERACIONAL OS DESAFIOS NA FORMAÇÃO DE PROFISSIONAIS PARA O ENSINO UNIVERSITÁRIO QUESTÕES DE METODOLOGIA DO ENSINO SUPERIOR – A TEORIA HISTÓRICO-CULTURAL DA ATIVIDADE DE APRENDIZAGEM O ENSINO E O DESENVOLVIMENTO DO PENSAMENTO – O ENSINO DESENVOLVIMENTAL PLANO INTERIOR DAS AÇÕES PROCEDIMENTO METODOLÓGICO GERAL (EXPLICITAÇÃO) INTERNALIZAÇÃO DOS CONCEITOS REQUISITOS PARA O PLANEJAMENTO DO ENSINO ETAPAS DO PROCESSO DE ASSIMILAÇÃO DE GALPERIN MOMENTOS OU ETAPAS DA ATIVIDADE COGNOSCITIVA HUMANA PLANEJAMENTO DE ENSINO: PECULIARIDADES SIGNIFICATIVAS ESTRUTURA DE PLANO DE CURSO

REFERÊNCIA BÁSICA

ANDRÉ, Marli (org). O papel da pesquisa na formação e na prática dos professores. Campinas: Papirus, 2001. (Prática Pedagógica). p. 55-68. CARVALHO, A. D. Novas metodologias em educação, Coleção Educação, São Paulo, Porto Editora, 1995. GARCIA, M. M.^a: A didática do ensino superior, Campinas, Papirus, 1994.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

GHIRALDELLI JUNIOR, Paulo. História da Educação Brasileira. 4^a. Ed. São Paulo: Cortez, 2009. GODOY: A didática do ensino superior, São Paulo, Iglu, 1998. LEITE, D., y MOROSINI, M. (orgs.): Universidade futurante: Produção do ensino e inovação, Campinas, Papirus, 1997. LIBÂNEO, José Carlos: Didática, São Paulo, Cortez, 1994. MASETTO, Marcos Tarciso (Org.) Docência na universidade. 9^a. ed. Campinas: Papirus, 2008.

PERIÓDICOS

PACHANE, Graziela Giusti. Educação superior e universidade: algumas considerações terminológicas e históricas de seu sentido e suas finalidades. In: Anais do VI Congresso Luso-brasileiro de História da Educação, 2006, p. 5227.

360

Administração e Planejamento Estratégico

45

APRESENTAÇÃO

Introdução à Administração: conceitos e antecedentes históricos da Administração; Funções administrativas: planejar, organizar, dirigir e controlar; Escolas da Administração: abordagens e teorias; Estratégias emergentes de gestão; Ética e responsabilidade socioambiental; Diagnóstico Estratégico; Desenvolvimento de Missão, Visão e Valores; Determinação de objetivos estratégicos; Análise de Ambiente; Análise Competitiva; Análise de Cenários; Modelo SWOT; Modelo Porter, BSC (Balance Scorecard).

OBJETIVO GERAL

- Analisar a importância do Planejamento Estratégico Organizacional como ferramenta auxiliar para o gerenciamento das empresas dentro do mercado extremamente competitivo, que ora se apresenta.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Fornecer aos gestores e suas equipes uma ferramenta que os municipe de informações para a tomada de decisão, ajudando-os a atuar de forma proativa, antecipando-se às mudanças que ocorrem no mercado em que atuam;
- Saber utilizar os instrumentos do planejamento de forma coerente, adaptando-os à realidade da empresa e às suas necessidades, pode ser então uma excelente arma competitiva;
- Estudar os componentes do diagnóstico estratégico.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO ALGUNS CONCEITOS PRINCÍPIOS DO PLANEJAMENTO PRINCÍPIOS GERAIS PRINCÍPIOS ESPECÍFICOS FILOSOFIAS DO PLANEJAMENTO SATISFAÇÃO OTIMIZAÇÃO ADAPTAÇÃO PARTES DO PLANEJAMENTO TIPOS DE PLANEJAMENTO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PLANEJAMENTO TÁTICO PLANEJAMENTO OPERACIONAL A EMPRESA COMO SISTEMA METODOLOGIA DE ELABORAÇÃO E IMPLEMENTAÇÃO FASES DA METODOLOGIA FASE I - DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO FASE II - MISSÃO DA EMPRESA FASE III - INSTRUMENTOS PRESCRITIVOS E QUANTITATIVOS FASE IV - CONTROLE E AVALIAÇÃO DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO COMPONENTES DO DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO VISÃO DA EMPRESA Exemplos de Empresas que têm Visão VALORES DA EMPRESA Exemplos de Empresas que têm Valores ANÁLISE EXTERNA E INTERNA DA EMPRESA Análise Externa da Empresa Análise Interna da Empresa ANÁLISE DOS CONCORRENTES AS FORÇAS COMPETITIVAS DE UM RAMO DE NEGÓCIOS MISSÃO DA EMPRESA MISSÃO E PROPÓSITOS DA EMPRESA CENÁRIOS HIERARQUIA DOS OBJETIVOS E DESAFIOS DA EMPRESA ESTABELECIMENTO DE OBJETIVOS E DESAFIOS O PROCESSO DE ESTABELECER OS OBJETIVOS EXEMPLOS DE OBJETIVOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS OBJETIVOS FINANCEIROS ESTRATÉGIAS EMPRESARIAIS ALGUNS TIPOS DE ESTRATÉGIA ESTRATÉGIA DE SOBREVIVÊNCIA ESTRATÉGIA DE MANUTENÇÃO ESTRATÉGIA DE CRESCIMENTO ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO ESTRATÉGIAS GENÉRICAS LIDERANÇA DE CUSTO TOTAL POLÍTICAS EMPRESARIAIS BALANCED SCORECARD (BSC) O ENFOQUE FINANCEIRO CRESCIMENTO SUSTENTAÇÃO MATURIDADE O ENFOQUE NO CLIENTE INDICADORES-CHAVE O ENFOQUE NOS PROCESSOS INTERNOS PROCESSOS GENÉRICOS QUE CRIAM VALOR O ENFOQUE NO CRESCIMENTO E NO APRENDIZADO

REFERÊNCIA BÁSICA

CHIAVENATTO, I. Introdução a teoria geral da administração: uma visão abrangente da moderna administração das organizações. 7.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. FERNANDES, B. H. R. Administração estratégica. São Paulo:

Saraiva, 2005. JOHNSON, G; SCHOLLES, K; WHITTINGTON, R. Fundamentos de Estratégia. 1.ed. Porto Alegre: Bookman, 2011. KAPLAN, R. S.; NORTON, D. P. A Estratégia em Ação: Balanced Scorecard, Rio de Janeiro: Campus, 1997. KOONTZ, H; O'DONNELL, C. Princípios de administração – uma análise das funções administrativas. São Paulo: Pioneira, 1976. LAWRENCE, P. R.; LORSH, J. W. O desenvolvimento das organizações: diagnóstico e ação. São Paulo: Edgard Blücher, 1972. OLIVEIRA, D. R. P. Estratégia empresarial e vantagem competitiva. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

COSTA, E. A. da. Gestão estratégica: Da empresa que temos para a empresa que queremos. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007. IDALBERTO, C. Administração nos Novos Tempos. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1999. MAXIMIANO, A. C. A. Teoria Geral da Administração: Da revolução urbana à revolução digital. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2002. _____. Introdução à Administração. 5ª. ed. São Paulo: Atlas, 2000. OLIVEIRA, D. de P. R. de. Planejamento Estratégico: conceitos, metodologia, práticas. 22. ed. São Paulo: Atlas, 2005. PORTER, M. Estratégia Competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2004. SERRA, F.; TORRES, M. C. S., TORRES, A. P. Administração Estratégica: Conceitos, roteiro prático, casos. 1. ed. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso, 2004.

PERIÓDICOS

ALDAY, H. E. C. O Planejamento Estratégico dentro do Conceito de Administração Estratégica. Revista FAE v.3 n. 2, Curitiba, mai/ago 2000. P.9-16.

572	Gestão Econômica, Financeira e de Custos da Produção	45
-----	--	----

APRESENTAÇÃO

Introdução Aos Estudos Da Gestão Econômica, Financeira E De Custos Da Produção; Os Conceitos Fundamentais Da Contabilidade; Objetivo E Objeto De Estudo; Funções; Instrumento De Fiscalização E Controle; Princípios Contábeis; Contabilidade De Custos; Terminologias De Custos; Classificação Dos Custos; Métodos De Custeio E Tomadas De Decisão; A Gestão Estratégica Dos Custos; Métodos De Custeio; Surgimento Do Método De Custeio Por Atividade – ABC; O Método Da Unidade De Produção (UP); A Formação Dos Preços; Formação De Preços Baseada Em Custos; Formação De Preços Baseada Em Percepção De Valor; Formação De Preços Baseado Na Concorrência; Planejamento e Contabilidade Financeira; Administradores; Investidores; Fornecedores De Bens E Serviços A Crédito; Bancos; Governo; Sindicatos; Outros Interessados; O Mercado Financeiro; Mercado Monetário; Mercado De Capitais; Banco De Investimentos; Mercado Financeiro Internacional; Financiamentos: Conceito E Classificação; Valor Econômico Agregado (Eva®) e Valor De Mercado Agregado (Mva®); Valor Econômico Agregado (Eva®); Vantagens, Desvantagens E Dificuldades; Valor De Mercado Agregado (Mva®).

OBJETIVO GERAL

- Adquirir conhecimentos sobre a introdução aos estudos da gestão econômica, financeira e de custos da produção.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Conhecer os instrumento de fiscalização e controle;
- Reconhecer a importância da formação de preços baseado na concorrência; planejamento e contabilidade financeira;
- Estudar sobre financiamentos bem como seu conceito e classificação.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

INTRODUÇÃO AOS ESTUDOS DA GESTÃO ECONÔMICA, FINANCEIRA E DE CUSTOS DA PRODUÇÃO OS CONCEITOS FUNDAMENTAIS DA CONTABILIDADE OBJETIVO E OBJETO DE ESTUDO FUNÇÕES INSTRUMENTO DE FISCALIZAÇÃO E CONTROLE PRINCÍPIOS CONTÁBEIS CONTABILIDADE DE CUSTOS TERMINOLOGIAS DE CUSTOS CLASSIFICAÇÃO DOS CUSTOS MÉTODOS DE CUSTEIO E TOMADAS DE

DECISÃO A GESTÃO ESTRATÉGICA DOS CUSTOS MÉTODOS DE CUSTEIO SURGIMENTO DO MÉTODO DE CUSTEIO POR ATIVIDADE – ABC O MÉTODO DA UNIDADE DE PRODUÇÃO (UP) A FORMAÇÃO DOS PREÇOS FORMAÇÃO DE PREÇOS BASEADA EM CUSTOS FORMAÇÃO DE PREÇOS BASEADA EM PERCEPÇÃO DE VALOR FORMAÇÃO DE PREÇOS BASEADO NA CONCORRÊNCIA PLANEJAMENTO E CONTABILIDADE FINANCEIRA ADMINISTRADORES INVESTIDORES FORNECEDORES DE BENS E SERVIÇOS A CRÉDITO BANCOS GOVERNO SINDICATOS OUTROS INTERESSADOS O MERCADO FINANCEIRO MERCADO MONETÁRIO MERCADO DE CAPITAIS BANCO DE INVESTIMENTOS MERCADO FINANCEIRO INTERNACIONAL FINANCIAMENTOS: CONCEITO E CLASSIFICAÇÃO VALOR ECONÔMICO AGREGADO (EVA®) E VALOR DE MERCADO AGREGADO (MVA®) VALOR ECONÔMICO AGREGADO (EVA®) VANTAGENS, DESVANTAGENS E DIFICULDADES VALOR DE MERCADO AGREGADO (MVA®)

REFERÊNCIA BÁSICA

CHIAVENATO, Idalberto. Administração financeira: uma abordagem introdutória. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. COUTINHO, Atimo de Souza et al. Contabilidade financeira. 2 ed. Rio de Janeiro: FGV, 2010. IUDÍCIBUS, Sérgio de. Teoria da contabilidade. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2004. WANDERSMAN, A. E se você fosse uma marca? Torne-se a primeira opção do seu mercado e conquiste seguidores fiéis através do branding pessoal. Rio de Janeiro: Alta Books, 2015.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

ALLORA, V.; GANTZEL. Revolução nos custos. Salvador: Casa da Qualidade Ltda., 1996. CREPALDI, S. A. Contabilidade gerencial: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 1999. LEMES JÚNIOR, A.B; RIGO, C.M.; CHEROBIM, A.P.M.S. Administração Financeira: Princípios, Fundamentos e Práticas Brasileiras. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2005. LEONE, G. G. Curso de Contabilidade de Custos. São Paulo: Atlas, 2000. PINTO, A.A.G et al. Gestão de custos. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. SILVA, J. P. Análise financeira das empresas. 10 ed. atual. São Paulo: Atlas, 2010.

PERIÓDICOS

MALVESSI, O. Criação ou destruição de valor ao acionista. Revista conjuntura Econômica. Rio de Janeiro: jan. 2000.

4934	Logística Empresarial	60
------	-----------------------	----

APRESENTAÇÃO

Logística Integrada, sua evolução e importância para a competitividade das empresas. Conceituação de "Supply Chain". A unificação das funções da empresa e dos parceiros de negócio para a sincronização do fluxo de materiais, serviços e informações com as necessidades dos clientes. A cadeia de suprimentos e as estratégias organizacionais das empresas: terceirização, parceria, desenvolvimento de fornecedores. Considerações sobre o serviço ao cliente nos aspectos relacionados com custos, qualidade, compressão de tempos (ciclo do pedido e ciclo de vida dos produtos) e globalização. Distribuição física - sistemas e gestão. Análise do transporte de cargas no Brasil. Modais e infraestrutura. Intermodalidade.

OBJETIVO GERAL

Esta disciplina tem por finalidade capacitar o estudante ou profissional de logística a aplicar as técnicas e ferramentas gerenciais para o controle e monitoramento das diversas dimensões das operações logísticas, como custos, distribuição, materiais, entre outras.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Estudar os conceitos introdutórios logística empresarial.

- Compreender os principais fatores que levaram a mudança da produção em massa para a produção enxuta.
- Estudar os elementos primários da Gestão de Suprimentos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – FUNDAMENTOS DA LOGÍSTICA EMPRESARIAL

INTRODUÇÃO À LOGÍSTICA EMPRESARIAL
 EVOLUÇÃO DO CONCEITO DE LOGÍSTICA
 LOGÍSTICA E VANTAGEM COMPETITIVA
 LOGÍSTICA NO BRASIL

UNIDADE II – LOGÍSTICA E A CADEIA DE SUPRIMENTOS

ELEMENTOS PRIMÁRIOS E OBJETIVOS DE GESTÃO DE SUPRIMENTOS
 RELAÇÕES DA LOGÍSTICA COM OUTRAS ÁREAS DA EMPRESA
 O SEGMENTOS E ATIVIDADES DA GESTÃO DE SUPRIMENTOS
 OBJETIVOS PRIMÁRIOS DA GESTÃO DE SUPRIMENTOS

UNIDADE III – CUSTOS, TRADE OFFS E RESUPRIMENTO

CONSIDERAÇÕES SOBRE OS CUSTOS LOGÍSTICOS
 CONSIDERAÇÕES SOBRE OS TRADE OFFS LOGÍSTICOS
 LOGÍSTICA DE SUPRIMENTOS
 MÉTODOS DE RESSUPRIMENTO

UNIDADE IV – PRODUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO

LOGÍSTICA DE PRODUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO
 A PRODUÇÃO ENXUTA
 PRODUÇÃO PUXADA VERSUS EMPURRADA
 LOGÍSTICA DE DISTRIBUIÇÃO

REFERÊNCIA BÁSICA

CHITALE, A.K. e GUPTA, R.C. **Materials Management: Text and Cases** (2. edition). Nova Delhi: PHI, 2011.

DIAS, M. A. P. **Administração de materiais: uma abordagem logística**. São Paulo: Atlas, 2010.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

RITZMAN, L. P.; KRAJEWSKI, L. J. **Administração da Produção e Operações**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

PERIÓDICOS

VIANA, J. J. **Administração de Materiais: um enfoque prático**. São Paulo: Atlas, 2011.

APRESENTAÇÃO

A natureza do conhecimento e do método científico. Planejamento, organização e sistematização de protocolos de pesquisa. Identificação dos diferentes métodos de investigação científica. Organização do estudo e da atividade acadêmica como condição de pesquisa. A documentação como método de estudo. Estrutura, apresentação e roteiro dos trabalhos acadêmicos. A normatização da ABNT.

OBJETIVO GERAL

Compreender os aspectos teóricos e práticos referentes à elaboração de trabalhos científicos, enfatizando a importância do saber científico no processo de produção do conhecimento.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Utilizar diferentes métodos de estudo e pesquisa;
- Ter capacidade de planejamento e execução de trabalhos científicos;
- Conhecer as etapas formais de elaboração e apresentação de trabalhos científicos;
- Saber usar as Normas Técnicas de Trabalhos Científicos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. INTRODUÇÃO 2 CONHECIMENTO E SEUS NÍVEIS 2.1 O QUE É CONHECIMENTO? / 2.2 TIPOS DE CONHECIMENTOS 2.3 CONHECIMENTO EMPÍRICO / 2.4 CONHECIMENTO FILOSÓFICO 2.5 CONHECIMENTO TEOLÓGICO / 2.6 CONHECIMENTO CIENTÍFICO 3 CIÊNCIA 3.1 CARACTERÍSTICAS DA CIÊNCIA / 3.2 DIVISÃO DA CIÊNCIA 3.3 ASPECTOS LÓGICOS DA CIÊNCIA / 3.4 CLASSIFICAÇÃO DAS CIÊNCIAS 4 MÉTODO CIENTÍFICO 4.1 MÉTODO CIENTÍFICO E CIÊNCIA / 4.2 MÉTODO DEDUTIVO 4.3 MÉTODO INDUTIVO 5 PROJETO DE PESQUISA 5.1 O QUE OBSERVAR EM PESQUISA / 5.2 TIPOS DE PESQUISA 5.3 PESQUISA EXPLORATÓRIA/ BIBLIOGRÁFICA / 5.4 PESQUISA DESCRITIVA 5.5 PESQUISA EXPERIMENTAL 6 FASES DA PESQUISA 6.1 QUANTO À ESCOLHA DO TEMA / 6.2 HIPÓTESE DE PESQUISA 6.3 OBJETIVO DE PESQUISA / 6.4 ESTUDOS QUANTITATIVOS 6.5 ESTUDOS QUALITATIVOS / 6.6 MÉTODO DE COLETA DE DADOS 6.7 FORMULÁRIO DE COLETA DE DADOS / 6.8 AMOSTRAGEM DE PESQUISA 6.9 ELABORAÇÃO DOS DADOS / 6.10 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS 6.11 RELATÓRIO DE PESQUISA 7 ARTIGO CIENTÍFICO 8 MONOGRAFIA 8.1 ESTRUTURA DA MONOGRAFIA 8.2 DETALHANDO OS ELEMENTOS PRÉ-TEXTUAIS 8.3 ELEMENTOS TEXTUAIS 8.4 REFERÊNCIAS 8.5 APÊNDICE 8.6 ANEXO 9 CITAÇÕES DIRETAS E INDIRETAS CITAÇÕES INDIRETAS OU LIVRES CITAÇÃO DA CITAÇÃO 10 FORMATO DO TRABALHO ACADÊMICO 11 TRABALHOS ACADÊMICOS 11.1 FICHAMENTO 11.2 RESUMO 11.3 RESENHA 12 RECOMENDAÇÕES PARA EVITAR O PLÁGIO

REFERÊNCIA BÁSICA

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. Metodologia científica. 3.ed. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1993.

GALLIANO, A. G. (Org.). O método científico: teoria e prática. São Paulo: Harper & Row do Brasil, 1999.

KOCHE, José Carlos. Fundamento de metodologia científica. 3. ed. Caxias do Sul:UCS; Porto Alegre: EST, 1994.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 6022: Informação e documentação — Referências — Elaboração. Rio de Janeiro, 2005.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 6027: Informação e documentação — Sumário — Apresentação. Rio de Janeiro, 2005.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 14724: Informação e documentação — Trabalhos acadêmicos — Apresentação. Rio de Janeiro, 2005.

PERIÓDICOS

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Normas de apresentação tabular. 2003. Disponível em: . Acesso em: 20 jun. 2008.

4847	Pensamento Científico	60
------	-----------------------	----

APRESENTAÇÃO

A ciência e os tipos de conhecimento. A ciência e os seus métodos. A importância da pesquisa científica. Desafios da ciência e a ética na produção científica. A leitura do texto teórico. Resumo. Fichamento. Resenha. Como planejar a pesquisa científica. Como elaborar o projeto de pesquisa. Quais são os tipos e as técnicas de pesquisa. Como elaborar um relatório de pesquisa. Tipos de trabalhos científicos. Apresentação de trabalhos acadêmicos. Normas da ABNT para Citação. Normas da ABNT para Referências.

OBJETIVO GERAL

Capacitar o estudante, pesquisador e profissional a ler, interpretar e elaborar trabalhos científicos, compreendendo a filosofia e os princípios da ciência, habilitando-se ainda a desenvolver projetos de pesquisa.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Compreender a importância do Método para a construção do Conhecimento.
- Compreender a evolução da Ciência.
- Distinguir os tipos de conhecimentos (Científico, religioso, filosófico e prático).

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – INICIAÇÃO CIENTÍFICA

A CIÊNCIA E OS TIPOS DE CONHECIMENTO

A CIÊNCIA E OS SEUS MÉTODOS

A IMPORTÂNCIA DA PESQUISA CIENTÍFICA

DESAFIOS DA CIÊNCIA E A ÉTICA NA PRODUÇÃO CIENTÍFICA

UNIDADE II – TÉCNICAS DE LEITURA, RESUMO E FICHAMENTO

A LEITURA DO TEXTO TEÓRICO

RESUMO

FICHAMENTO

RESENHA

UNIDADE III – PROJETOS DE PESQUISA

COMO PLANEJAR A PESQUISA CIENTÍFICA?

COMO ELABORAR O PROJETO DE PESQUISA?

QUAIS SÃO OS TIPOS E AS TÉCNICAS DE PESQUISA?

COMO ELABORAR UM RELATÓRIO DE PESQUISA?

UNIDADE IV – TRABALHOS CIENTÍFICOS E AS NORMAS DA ABNT

TIPOS DE TRABALHOS CIENTÍFICOS

APRESENTAÇÃO DE TRABALHOS ACADÊMICOS

NORMAS DAS ABNT PARA CITAÇÃO NORMAS DA ABNT PARA REFERÊNCIAS

REFERÊNCIA BÁSICA

THOMÁZ, André de Faria; BARBOSA, Thalyta M. N. **Pensamento Científico**. Editora TeleSapiens, 2020.

VALENTIM NETO, Adauto J.; MACIEL, Dayanna dos S. C. **Estatística Básica**. Editora TeleSapiens, 2020.

FÉLIX, Rafaela. **Português Instrumental**. Editora TeleSapiens, 2019.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

VALENZA, Giovanna M.; COSTA, Fernanda S.; BEJA, Louise A.; DIPP, Marcelo D.; DA SILVA, Silvia Cristina. **Introdução à EaD**. Editora TeleSapiens, 2020.

OLIVEIRA, Gustavo S. **Análise e Pesquisa de Mercado**. Editora TeleSapiens, 2020.

PERIÓDICOS

CREVELIN, Fernanda. **Oficina de Textos em Português**. Editora TeleSapiens, 2020.

DE SOUZA, Guilherme G. **Gestão de Projetos**. Editora TeleSapiens, 2020.

4666	Gestão e Controladoria de Custos Empresariais	45
------	---	----

APRESENTAÇÃO

Qualificar profissionais para atuar no campo da gestão de negócios. O conhecimento e o controle dos custos organizacionais, nesse sentido, são condições indispensáveis para se ter eficiência, eficácia e competitividade. Custos e sua Classificação, Métodos de Custeio, Custeio por Absorção, Custeio Variável, Custos Industriais e a Tomada de Decisão, Relação custo/volume/lucro, Ponto de Equilíbrio, Margem de Segurança, Alavancagem.

OBJETIVO GERAL

Reconhecer a importância do conhecimento e o controle dos custos organizacionais, nesse sentido, são condições indispensáveis para se ter eficiência, eficácia e competitividade.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Qualificar profissionais para atuar no campo da gestão de negócios;
- Estudar o ponto de equilíbrio, margem de segurança, alavancagem;
- Analisar as vantagens da utilização do custeio variável como gerador de informações para tomada de decisão.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

CUSTOS E SUA CLASSIFICAÇÃO QUANTO À NATUREZA QUANTO À FUNÇÃO QUANTO À CONTABILIZAÇÃO QUANTO À APURAÇÃO QUANTO À FORMAÇÃO QUANTO À OCORRÊNCIA MÉTODOS DE CUSTEIO CUSTEIO POR ABSORÇÃO CUSTEIO VARIÁVEL CUSTEIO ABC (DO INGLÊS ACTIVITYBASED COSTING) CUSTEIO

VARIÁVEL ANÁLISE MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO, PEC E ALAVANCAGEM OPERACIONAL VANTAGENS DA UTILIZAÇÃO DO CUSTEIO VARIÁVEL COMO GERADOR DE INFORMAÇÕES PARA TOMADA DE DECISÃO

REFERÊNCIA BÁSICA

DUTRA, René Gomes. Custos uma abordagem prática. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003. 394 p.

MARTINS, Eliseu. Contabilidade de custos. 6. ed. São Paulo: Atlas, 1998. 388 p.

OLIVEIRA, Luís Martins de; JR., José Hernandez PEREZ. Contabilidade de custos para não contadores. São Paulo: Atlas, 2000. 280 p.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

QUIGLEY, Joseph V. Como os líderes a desenvolvem, compartilham e mantêm. São Paulo: Mackron Books, 1994.

LEONE, George S. G; Custos: Planejamento, implantação e controle; 2ª edição. São Paulo: Editora Atlas, 1994.

ROBBINS, S. P. Administração: mudanças e perspectivas. São Paulo: Saraiva, 2000. S

PERIÓDICOS

CARARETO, Edson S.; JAYME, Geancarlo; TAVARES, Maristela P. Zanella; VALE, Vildomar P. do; Artigo: Gestão Estratégica de Custos: custos na tomada de decisão; Revista de Economia da UEG, Anápolis, Goiás, Vol. 2, nº 2, JUL/DEZ 2006; Disponível em: [Acess ado em: 31 de Maio de 2015.](#)

364	Marketing Empresarial	30
-----	-----------------------	----

APRESENTAÇÃO

Fundamentos de Marketing; Evolução histórica do marketing; Marketing no Brasil; Planejamento e organização de marketing; Principais instrumentos mercadológicos; Composto de análise; Sistema de informação de marketing; Posicionamento, segmentação e intermediação; Gestão do produto e formação de preço; Sistema de distribuição; Estratégias na área mercadológica; Serviço e Relacionamento com Cliente; Mercado globalizado e marketing; Estudos e tendências de mercado.

OBJETIVO GERAL

- Escolher e estudar o mercado selecionado e verificar as condições de atendê-las, desenvolver o composto mercadológico, implementar o plano e controlar o plano para verificar se está alcançando os objetivo.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Identificar planejamento e organização de marketing;
- Descrever e discutir os modelos de sistema de informação de marketing;
- Caracterizar sobre os estudos e tendências de mercado.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

CONHECIMENTO DE MARKETING EMPRESARIAL FUNDAMENTOS DO MARKETING: CONCEITOS CENTRAIS EVOLUÇÃO DO MARKETING MARKETING NO BRASIL CINCO DÉCADAS DE MARKETING PLANEJAMENTO E

ORGANIZAÇÃO DE MARKETING VARIÁVEIS DA MATRIZ PRINCIPAIS INSTRUMENTOS MERCADOLÓGICOS O MACROAMBIENTE DA EMPRESA O MACROAMBIENTE DA EMPRESA COMPOSTO DE ANÁLISE SISTEMA DE INFORMAÇÃO DE MARKETING MODELOS DE SISTEMA DE INFORMAÇÃO DE MARKETING SISTEMA DE CONTABILIDADE INTERNA SISTEMA DE INTELIGÊNCIA DE MARKETING SISTEMA DE PESQUISA DE MARKETING POSICIONAMENTO E SEGMENTAÇÃO POSICIONAMENTO DE PRODUTOS NO MERCADO SEGMENTAÇÃO DE MERCADO GESTÃO DE PRODUTO E FORMAÇÃO DE PREÇO GESTÃO DE PRODUTO QUALIDADE DO PRODUTO CARACTERÍSTICAS OU ATRIBUTOS VARIÁVEIS FORMAÇÃO DE PREÇO SELECIONAR O MÉTODO PARA A DETERMINAÇÃO DO PREÇO (PRECIFICAÇÃO) FIRMAR O PREÇO FINAL SISTEMA DE DISTRIBUIÇÃO SERVIÇO E RELACIONAMENTO COM O CLIENTE MERCADO GLOBALIZADO E O MARKETING ESTUDOS E TENDÊNCIAS DE MERCADO

REFERÊNCIA BÁSICA

CHIAVENATO, Idalberto; SAPIRO, Arão. Planejamento estratégico. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. GRACIOSO, Francisco. Marketing estratégico: planejamento estratégico orientado para o mercado. São Paulo: Atlas, 2007. OLIVEIRA, Djalma de P. R. Planejamento Estratégico – Conceitos, Metodologias e Práticas. São Paulo: Atlas, 2007. SILVA, Helton Haddad et al. Planejamento estratégico de marketing. 3 ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

COBRA, M. Administração de Marketing no Brasil. 3. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2008. KOTLER, P. Princípios De Marketing. Rio de Janeiro: Prentice Hall do Brasil, 2008. PORTER, M. E. Competição: estratégias competitivas essenciais. Rio de Janeiro: Elsevier, 1999. SAMARA, B. S. Pesquisa de Marketing: uma proposta global. São Paulo: Makron books, 1997. URDAN, F. T.; URDAN, A. T. Gestão do composto promocional. São Paulo: Atlas, 2006. ZENONE, Luiz Claudio. Gestão Estratégica Marketing: Conceitos e Técnicas. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

PERIÓDICOS

OLIVEIRA, Sergio Ricardo Góes. Cinco décadas de Marketing. Revista de Administração de Empresas, Fundação Getúlio Vargas, ago. out. 2004.

20	Trabalho de Conclusão de Curso	30
----	--------------------------------	----

APRESENTAÇÃO

Orientação específica para o desenvolvimento dos projetos de conclusão de curso. Elaboração e apresentação de trabalho de conclusão de curso.

OBJETIVO GERAL

Pesquisar e dissertar sobre um tema relacionado à sua formação no curso de pós-graduação.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Construir, mediante a orientação de um docente, o Trabalho de Conclusão de Curso tendo em vista a temática escolhida e o cumprimento das etapas necessárias.
- Apresentar e argumentar sobre o referido trabalho.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. DELIMITAÇÃO DA PROBLEMÁTICA, OBJETIVOS E LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO; CONSTRUÇÃO DA MATRIZ ANALÍTICA (PROJETO DE TCC); 2. DEFINIÇÃO E DESCRIÇÃO DA METODOLOGIA A SER EMPREGADA NO ESTUDO; 3. MONTAGEM DO PROJETO DE TCC; 4. APRESENTAÇÃO DO PROJETO; 5. COLETA E ANÁLISE DE DADOS; 6. REDAÇÃO DA DISCUSSÃO DOS RESULTADOS E CONSIDERAÇÕES FINAIS; 7. MONTAGEM FINAL DO TCC; 8. APRESENTAÇÃO DO TCC; 9. AVALIAÇÃO DO TCC; 10. CORREÇÃO E ENTREGA DA VERSÃO FINAL DO TCC.

REFERÊNCIA BÁSICA

DEMO, P. Pesquisa: princípio científico e educativo. 2.ed. São Paulo: Cortez/Autores Associados, 1991.

GIL, A.C. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 2008.

MARCONI, Marina de A.; LAKATOS, Eva M. Fundamentos de metodologia científica. São Paulo: ATLAS, 1988.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

KÖCHE, José C. Fundamentos de metodologia científica: teoria da ciência e prática da pesquisa. Petrópolis: Vozes, 1997. SÁ, Elizabeth S. (Coord.). Manual de normalização de trabalhos técnicos, científicos e culturais. Petrópolis: Vozes, 1994.

LAVILLE, C.; DIONNE, J. A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Porto Alegre: Artmed, 1999.

PERIÓDICOS

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Normas de apresentação tabular. 2003. Disponível em: . Acesso em: 20 jun. 2008.

Avaliação será processual, onde o aluno obterá aprovação, através de exercícios propostos e, atividades programadas, para posterior. O aproveitamento das atividades realizadas deverá ser igual ou superior a 7,0 (sete) pontos, ou seja, 70% de aproveitamento.

SUA PROFISSÃO NO MERCADO DE TRABALHO

Ser administrador de uma empresa indica que o profissional deve planejar, organizar, coordenar e controlar todos os recursos físicos, virtuais e intangíveis que estão à disposição da empresa. Cabe a este profissional gerenciar o tempo, pessoas, dinheiro, insumos e tecnologia para desenvolver a estratégia de negócios.