

CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL

Eixo tecnológico: **Administração e Negócios**

Fatec: Adamantina

HISTÓRICO DE ALTERAÇÕES		
Para	Tipo	Discriminação
2018-2	Adaptação	Fatec Adamantina
2019-2	Adaptação	Fatec Adamantina

1. Objetivos Gerais e Específicos

1.1 Gerais

Desenvolver visão empreendedora, compreender o processo organizacional e gerar novos conhecimentos, estabelecer estratégias de gestão, gerenciar fluxos de recursos e informações, desenvolver e dominar processos decisórios com a utilização de novas tecnologias, inovar, solucionar conflitos e enfrentar resistências a mudanças necessárias.

1.2 Específicos

Planejar, organizar, coordenar e controlar os processos organizacionais, buscar atingir os objetivos da empresa, selecionar e definir prioridades, aperfeiçoar as relações empresariais, desenvolver a comunicação interna e externa à organização.

1.3 Competências

Tomar decisões, desenvolver iniciativas e participar ativamente na concepção e organização dos objetivos estratégicos das empresas, fazendo uso intensivo de novas tecnologias disponíveis.

1.4 Perfil Profissional para o egresso

Focado nas transações comerciais, o Tecnólogo em Gestão Comercial presta-se à organização atendendo as diversas formas de intervenção (varejo, atacado, representação, etc.) de qualquer setor. Como conhecedor das condições de viabilidade econômico-financeiro-tributária, dos instrumentos de relacionamento com o cliente e dos princípios da qualidade, atua no planejamento, operação, implantação e atualização de sistemas de informações comerciais que proporcionem maior rentabilidade e flexibilidade ao processo de comercialização. Atua no fluxo de informações com os clientes, proporcionando maior visibilidade institucional da

empresa, definindo estratégias de venda de serviços e produtos, gerenciando a relação custo e preço final.

O Tecnólogo em Gestão Comercial planeja, organiza, coordena e controla os processos administrativos e decisórios de uma instituição. Aplica conceitos e ferramentas tecnológicas específicas de assessoramento, de forma a aperfeiçoar todas as atividades organizacionais. Esse profissional presta assessoria a executivos, diretores e suas respectivas equipes; elabora textos técnicos (inclusive em língua estrangeira), além de gerenciar informações.

1.5 O tecnólogo em Gestão Comercial deverá estar apto para as funções:

- a) Planejar, organizar, dirigir e controlar os processos administrativos, principalmente em ambientes informatizados;
- b) Assessorar diretamente os executivos de uma empresa;
- c) Utilizar tecnologias inerentes à organização de centros decisórios das Instituições;
- d) Redigir textos profissionais especializados, inclusive em língua estrangeira;
- e) Aplicar conhecimentos protocolares;
- f) Planejar, dirigir e controlar o processo de comunicação da empresa, inclusive em língua estrangeira;
- g) Gerenciar de forma eficaz os Recursos Humanos, Financeiros, Materiais e da Informação;
- h) Implantar modelos inovadores de gestão;
- i) Ter uma visão ampla e crítica da realidade sócio-econômica-cultural; e
- j) Articular-se com diferentes níveis de empresas e instituições públicas ou privadas ou diferentes clientes.

1.6 Justificativa para o curso

O objetivo do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial é formar profissionais altamente qualificados com visão empreendedora, capazes de entender o processo organizacional e gerar novos conhecimentos, desenvolver estratégias e recursos, gerir fluxos de recursos e informações, desenvolver e dominar processos decisórios com a utilização de novas tecnologias, inovar, solucionar conflitos e enfrentar resistências a mudanças necessárias.

Espera-se desenvolver a capacidade do aluno para desempenhar funções tradicionais, tais como: planejar, organizar, coordenar e controlar os processos organizacionais, buscar atingir os objetivos da empresa, selecionar e definir prioridades, aperfeiçoar as relações empresariais, desenvolver a comunicação interna e externa à organização.

As características econômicas desta região estão mais ligadas ao agronegócio. Isso faz com que Adamantina não esteja uma situação tão ruim economicamente, se comparado com municípios de outras regiões do estado de São Paulo, onde há uma dependência maior da industrial tradicional, como acontece no ABC e no Vale do Paraíba.

O perfil desta regional é próximo da que visualizamos, por exemplo, em Ribeirão Preto e São José do Rio Preto. Não pelas características econômicas em si, mas, na dependência de uma atividade – o agronegócio – que não sofreu tanto quanto outros setores da economia no período de crise. Essa estabilidade é comprovada pelo saldo positivo no emprego entre 2.012 e 2.016, colocando Adamantina em um patamar diferente, pois a maioria das cidades paulistas o resultado da geração de emprego foi muito pequeno ou ficou negativo, devido os últimos dois anos terem sido muito ruins para economia. Essa dependência – participação forte da agricultura – favoreceu a cidade passar, não vou dizer 100% sem impacto da crise, porém, com consequências menores. Isso garantiu um desempenho melhor.

Já em relação ao comércio, a situação também é melhor que a maioria das cidades paulistas. No varejo, por exemplo, se o desempenho de boa parte dos municípios nos últimos cinco anos foi negativo, aqui em Adamantina temos uma estabilização neste período. O crescimento do município nos três primeiros anos analisados compensou o saldo negativo nos dois últimos. O mercado de trabalho do comércio varejista de Adamantina também passou praticamente ileso, diante da crise. Em uma situação de recessão econômica e desemprego, o varejo acaba sendo neste momento um ambiente de oportunidade, como é todo ano, principalmente para o primeiro emprego, aos jovens. Lógico, conforme colocado, há uma participação da agricultura, mas, ainda sim, é um setor primordial para a geração de renda e emprego, além de sua função social, pois dá oportunidades para aqueles que não têm experiências.¹

Organização Curricular

Na organização do currículo leva-se em consideração o desenvolvimento de conteúdos e atividades que permitam aos estudantes desenvolverem competências para lidar com modelos inovadores de gestão; desenvolver uma visão ampla e crítica da realidade socioeconômica e cultural e articular-se com diferentes níveis de empresas e instituições públicas ou privadas ou diferentes clientes.

Normas Legais:

A Composição Curricular do Curso está regulamentada na Resolução CNE/CP nº 03/2002, que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a organização e o funcionamento dos cursos superiores de tecnologia.

A Carga Horária estabelecida para o Curso, na Portaria nº 10, de 28 de julho de 2006, que aprova, em extrato, o Catálogo Nacional dos Cursos Superiores de Tecnologia.

O curso de Tecnologia em Gestão Comercial, pelo novo Catálogo de Cursos de Tecnologia, pertence ao Eixo Tecnológico de Gestão e Negócios e propõe uma carga horária total de 1.600 horas. A carga horária total de 2.880 aulas (50 minutos), que equivalem a 2.400 horas de atividades, mais 240 horas de Estágio Supervisionado e

¹ Fonte: <http://scvadantina.com.br/noticias/local/economista-avalia-caracteristicas-economicas-de-adamantin/>

Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

160 horas de Trabalho de Graduação, totalizando 2.800 horas, contemplam assim o disposto na legislação.

Dados Gerais do Curso:

- **Carga horária: 2.800 horas**, sendo 2.880 aulas = 2.400 horas de atividades + 240 horas de Estágio Supervisionado e 160 horas de Trabalho de Graduação.
 - **Duração da hora/aula:** 50 minutos;
 - **Período letivo:** semestral, mínimo de 100 dias letivos, de 20 semanas;
 - **Prazo de integralização:** mínimo: 3 anos (6 semestres),
máximo: 5 anos (10 semestres);
 - **Vagas Semestrais:** 40 para o turno diurno; 40 para o noturno;
 - **Turno de funcionamento:** Diurno; Noturno.
 - **Regime de Matrícula:** Semestral;
 - **Regime do Curso:** Matrícula por conjunto de disciplinas;
 - **Forma de Acesso:** Classificação em Processo Seletivo – Vestibular
- É realizado em uma única fase, com provas das disciplinas do núcleo comum do ensino médio ou equivalente, em forma de testes objetivos e uma redação.

Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

Matriz Curricular:

1º semestre	2º semestre	3º semestre	4º semestre	5º semestre	6º semestre
Projeto Integrador PRIMT I (80 aulas)	Projeto Integrador PRIMT II (80 aulas)	Projeto Integrador PRIMT III (80 aulas)	Projeto Integrador PRIMT IV (80 aulas)	Projeto Integrador PRIMT V (80 aulas)	Projeto Integrador PRIMT VI (80 aulas)
Inovação e Tecnologia no Agronegócio (80 aulas)	Gestão de Processos (80 aulas)	Gestão Financeira e Orçamentária (80 aulas)	Liderança e Gestão de Pessoas (80 aulas)	Inteligência de Mercado e Pesquisa de Marketing (80 aulas)	Gestão de Varejo (80 aulas)
Informática (80 aulas)	Cadeia de Suprimentos (80 aulas)	Economia (80 aulas)	Análise de Investimentos (80 aulas)	Marketing Digital E-commerce (80 aulas)	Desenvolvimento de Negócios (80 aulas)
Administração Geral (80 aulas)	Sistemas da Informação e Banco de Dados (80 aulas)	Sistemas da Informação Financeiros (40 aulas)	Sistemas da Informação em RH (40 aulas)	Sistemas da Informação Comercial (40 aulas)	Gestão de Risco (80 aulas)
		Contabilidade (40 aulas)	Técnicas de Negociação (40)	Marketing de Relacionamento (40 aulas)	
Fundamentos de Matemática Elementar (40 aulas)	Associativismo e Cooperativismo (40 aulas)	Comércio Internacional (40 aulas)	Gestão de Marketing (40 aulas)	Direito do Consumidor (40 aulas)	Gestão de Custo e Formação de Preço de Venda (40 aulas)
Estatística Básica (40 aulas)	Métodos para Produção do Conhecimento (40)	Pesquisa Operacional (80 aulas)	Promoção e Merchandising (40 aulas)	Gestão Estratégica (80 aulas)	Direito Comercial e Tributário (40 aulas)
Português (40 aulas)	Matemática Financeira Aplicada (40 aulas)		Responsabilidade Socioambiental (40 aulas)		Tecnologia da Informação e Comunicação (40)
Inglês I (40 aulas)	Inglês II (40 aulas)	Inglês III (40 aulas)	Inglês IV (40 aulas)	Inglês V (40 aulas)	Inglês VI (40 aulas)

Estágio Curricular Supervisionado (ECS) - 240 horas

ECS (240 Horas)

Trabalho de Graduação (TG)

TG (160 Horas)

aulas/horas semanais: 24a/20h semestrais: 480a/400h	aulas/horas semanais: 24a/20h semestrais: 480a/400h	aulas/horas semanais: 24a/20h semestrais: 480a/400h	aulas/horas semanais: 24a/20h semestrais: 480a/400h ECS: 80 horas	aulas/horas semanais: 24a/20h semestrais: 480a/400h ECS: 80 horas TG: 80 horas	aulas/horas semanais: 24a/20h semestrais: 480a/400h ECS: 80 horas TG: 80 horas

DISTRIBUIÇÃO DAS AULAS POR EIXO FORMATIVO

Básicas			Profissionais			Linguas e Multidisciplinares		
Aulas	%		Aulas	%		Aulas	%	
Matemática e Estatística	200	6,9	Projetos Integrador	480	16,7	Comunicação em Língua Portuguesa	40	1,4
Metodologias de Pesquisa	40	1,4	Tecnológicas Específicas para o Curso	1560	54,2	Comunicação em Língua Estrangeira	240	8,3
Administração e Economia	80	2,8	Tecnológicas Gerais	80	2,8	Multidisciplinar	160	5,6
TOTAL	320	11,1	TOTAL	2120	73,6	TOTAL	440	15,3
2400 Horas			2880 Aulas			100,0 %		

RESUMO DE CARGA HORÁRIA:

2880 aulas à 2400 horas (atende CNCST, conforme del 86 de 2009, do CEE-SP e diretrizes internas do CPS)

+ 160 horas de Trabalho de Graduação + 240 horas de Estágio = 2.800 horas

Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

	SIGLA	ATIVIDADE DENOMINAÇÃO	DISTRIBUIÇÃO DA CARGA DIDÁTICA	
			SEMANAL	SEMESTRAL
1º semestre	TGI-011	Programa de Integração Multidisciplinar em Tecnologia – PRIMT I	4	80
	AAG-008	Administração Geral	4	80
	MET-019	Estatística Básica	2	40
	MAT-021	Fundamentos de Matemática Elementar	2	40
	INF-111	Informática	4	80
	CEA-008	Inovação e Tecnologia no Agronegócio	4	80
	LPO-104	Português	2	40
	LIN-103	Inglês I	2	40
Totais			24	480
2º semestre	TGI-021	Programa de Integração Multidisciplinar em Tecnologia – PRIMT II	4	80
	CEA-009	Associativismo e Cooperativismo	2	40
	AGO-004	Gestão de Processos	4	80
	MMF-004	Matemática Financeira Aplicada	2	40
	ISI-010	Sistemas da Informação e Banco de Dados	4	80
	AGS-007	Cadeia de Suprimentos	4	80
	TTG-118	Métodos para Produção de Conhecimento	2	40
	LIN-203	Inglês II	2	40
Totais			24	480
3º semestre	TGI-031	Programa de Integração Multidisciplinar em Tecnologia – PRIMT III	4	80
	CCG-010	Contabilidade	2	40
	CEG-002	Economia	4	80
	AGF-010	Gestão Financeira e Orçamentária	4	80
	ISI-005	Sistemas da Informação Financeiros	2	40
	CEI-006	Comércio Internacional	2	40
	MPO-005	Pesquisa Operacional	4	80
	LIN-303	Inglês III	2	40
Totais			24	480
4º semestre	TGI-041	Programa de Integração Multidisciplinar em Tecnologia – PRIMT IV	4	80
		Liderança e Gestão de Pessoas	4	80
		Análise de Investimentos	4	80
		Sistema de Informação em Recursos Humanos	2	40
		Técnicas de Negociação	2	40
		Gestão de Marketing	2	40
		Promoção e Merchandising	2	40
		Responsabilidade Socioambiental	2	40
	LIN-403	Inglês IV	2	40
Totais			24	480
5º semestre	TGI-051	Programa de Integração Multidisciplinar em Tecnologia – PRIMT V	4	80
		Inteligência de Mercado e Pesquisa de Marketing	4	80
		Marketing Digital E-commerce	4	80
		Sistemas da Informação Comercial	2	40
		Marketing de Relacionamento	2	40
		Direito do Consumidor	2	40
		Gestão Estratégica	4	80
	LIN-503	Inglês V	2	40
Totais			24	480
6º semestre	TGI-061	Programa de Integração Multidisciplinar em Tecnologia – PRIMT VI	4	80
		Gestão de Varejo	4	80
		Desenvolvimento de Negócios	4	80
		Gestão de Risco	4	80
		Gestão de Custo e Formação de Preço de Venda	2	40
		Direito Comercial e Tributário	2	40
		Tecnologia da Informação e Comunicação	2	40
	LIN-600	Inglês VI	2	40
Totais			24	480

2.1 EMENTÁRIO

Ementas das Disciplinas por Área Ementas, Objetivos, Bibliografia Básica e Complementar.

Primeiro Semestre

	SIGLA	DENOMINAÇÃO	SEMANAL	SEMESTRAL
1º semestre	TGI-011	Programa de Integração Multidisciplinar em Tecnologia – PRIMIT I	4	80
	AAG-008	Administração Geral	4	80
	MET-019	Estatística Básica	2	40
	MAT-021	Fundamentos de Matemática Elementar	2	40
	INF-111	Informática	4	80
	CEA-008	Inovação e Tecnologia no Agronegócio	4	80
	LPO-104	Português	2	40
	LIN-103	Inglês I	2	40

Programa de Integração Multidisciplinar em Tecnologia - PRIMIT I

Aulas Semestrais: 80 horas aulas

Objetivos: Proporcionar a interdisciplinaridade e a transversalidade dos temas abordados em todas as disciplinas do semestre a ser implementado. Alicerçada na metodologia de aplicação prática, orientar os alunos na construção progressiva de um Plano de Negócio.

Ementa: As atividades deverão fomentar o conhecimento no que diz respeito ao entendimento das seguintes etapas do plano de negócios: dados do empreendimento; setor de atividades; forma jurídica; enquadramento tributário; capital social; ideologia central da empresa; missão; visão; valores.

Bibliografia Básica:

BARON, Robert A.; SHANE, Scott A. **Empreendedorismo:** Uma visão do processo. São Paulo, SP: Cengage Learning, 2007.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo:** Transformando Ideias em Negócios. 6. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2016.

DORNELAS, José. **Introdução ao empreendedorismo:** desenvolvendo habilidades para fazer acontecer. São Paulo, SP: Empreende, 2018.

Bibliografia Complementar:

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo na prática:** mitos e verdades do empreendedor de sucesso. 3. ed. Rio de Janeiro, RJ: LTC, 2015.

MENDES, Jerônimo. **Empreendedorismo 360°:** a prática na prática. 3. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2017.

TEIXEIRA, Tarcisio, LOPES, Alan (coords.). **Startups e inovação:** direito no empreendedorismo (Entrepreneurship Law). Barueri, SP: Manole, 2017.

Administração Geral

Aulas Semestrais: 80 horas aulas

Objetivos: Conhecer as organizações, seus sistemas, processos, recursos, métodos de gestão, aspectos técnicos, humanos e sociais que interagem entre si.

Ementa: O estudo da administração: natureza, conteúdo e objetivo. Fundamentos, Princípios e Importância da Administração. Evolução histórica da Administração: conceitos e métodos. Funções Administrativas: planejamento, organização, direção, controle. Subsistemas Organizacionais: recursos

Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

humanos, materiais, finanças, marketing. Ambiente Organizacional: pessoas, cultura, mudanças, processo decisório. Administração e os sistemas sociais, políticos e econômicos. Assuntos atuais sobre administração. Novas tendências.

Bibliografia Básica:

BARNEY, J. B.; HESTERLY, W. S. **Administração estratégica e vantagem competitiva**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

MAXIMIANO, A. C. A. **Introdução à administração**. São Paulo: Atlas, 2004.

CHIAVENATO, I. **Administração: teoria, processo e prática**. Rio de Janeiro: Campus, 2006.

Bibliografia Complementar:

CRAINER, Stuart. **Os revolucionários da Administração**. São Paulo: Negócio, 1999.

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

FAJARDO, E; COELHO, C U F; FEIJO, A. **Práticas Administrativas em Escritório**. São Paulo: Senac Nacional, 2007.

Estatística Básica

Aulas Semestrais: 40 horas aulas

Objetivos: Identificar as situações nas quais os métodos de análise estatística poderiam ser aplicados com propriedade aos dados de cunho computacional.

Ementa: Introdução geral à Estatística; elementos do cálculo de probabilidade; Probabilidade: conceito e teoremas fundamentais. Variáveis Aleatórias. Distribuições de Probabilidade. Elementos de estatística descritiva; Noções de Amostragem. Inferência Estatística: Regressão linear simples. Correlação.

Bibliografia Básica:

DOANE, D P; SEWARD, L E. **Estatística Aplicada à Administração e à Economia**. Porto Alegre: Mcgraw-Hill, 2008.

KAZMIER, Leonard J. **Estatística Aplicada à Administração e Economia**. Porto Alegre: Artmed, 2007.

LAPPONI, J. C. **Estatística usando Excel**. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

Bibliografia Complementar:

SMAILES, Joanne. **Estatística Aplicada a Administração com Excel**. São Paulo: Atlas, 2002.

SWEENEY, D; WILLIAMS, T A; ANDERSON, D R. **Estatística Aplicada à Administração e Economia**. São Paulo: Thomson Pioneira, 2007.

Fundamentos de Matemática Elementar

Aulas Semestrais: 40 horas aulas

Objetivos: Compreender as ferramentas básicas em matemática dos principais conteúdos do ensino básico, fundamental e médio necessários para as demais disciplinas do curso.

Ementa: Conjuntos Numéricos. Regras de Três. Frações. Porcentagem. Potenciação e Notação Científica. Radiciação. Logaritmos. Polinômios. Fatoração e Produtos Notáveis. Equações e inequações do 1o. e 2o. Graus.

Bibliografia Básica:

WAITS, B K; FOLEY, G D; DEMANA, F. **Pré-Cálculo**. Addison Wesley Brasil, 2008;

BOULOS, P. **Pré-Cálculo**. 1 ed. São Paulo; Makron Books, 2006.

IEZZI, GELSON; et al. **Matemática** - volume único. 5 ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

Bibliografia Complementar:

MEDEIROS, S. S., **Matemática: Economia, Administração e Ciências Contábeis**, vol. 1, ed. Atlas, 5ª.ed., 1999.

MEDEIROS, S. S., **Matemática: Economia, Administração e Ciências Contábeis**, vol. 2, ed. Atlas, 4ª.ed., 1997.

MORETIN, P. A.; HAZZAN, S.; BUSSAB, W.O.; **Introdução ao Cálculo para Administração, Contabilidade e Economia**, ed. Saraiva, 1ª.ed, 2009.

SILVA, F. C. M., ABRÃO, M., **Matemática básica para decisões administrativas**, ed. Atlas, 2ª.ed., 2008.

Informática

Aulas Semestrais: 80 horas aulas

Objetivos: Identificar e utilizar os recursos básicos ou avançados em ferramentas adequadas para executar tarefas administrativas e compreender aspectos de segurança da informação e do funcionamento de redes de computadores.

Ementa: Conceitos de hardware e software. Sistema Operacional. Redes e Sistema Distribuídos. Segurança da Informação. Internet. Editor de Texto. Editor de Apresentações. Editor de Planilhas. Banco de Dados. Criação de Home Pages. Outras Tecnologia e Ferramentas de Interesse.

Bibliografia básica:

MARÇULA, Marcelo. **Informática – Conceito e Aplicações**. SP: Erica, 2010.

SILVA, Mario Gomes. **Informática: terminologias básicas**. SP: Erica, 2010.

VELLOSO, Fernando de Castro. **Informática: Conceitos Básicos**. Campos, 2011.

Bibliografia complementar:

MOTA, José Carlos. **Dicionário de Computação e Informática**. Ciência Moderna, 2010.

GARCIA, Marcus. **Informática aplicada a Negócios**. SP: Brasport, 2005.

CAPRON, H.L. **Introdução à informática**. 8 ed. São Paulo – SP: Pearson Prentice Hall, 2007.

Inovação e Tecnologia no Agronegócio

Aulas Semestrais: 80 horas aulas

Objetivos: Proporcionar aos discentes a compreensão da introdução ao conceito do agronegócio, sua evolução e setorialização, conhecer a multiplicidade de variáveis que compõem os segmentos agroindustriais no Brasil e sua importância econômica. Proporcionar conhecimento ligado a lógica do desenvolvimento de inovações e tecnologias no setor do agronegócio, capacitando os alunos para entender os mecanismos suas relações com a gestão comercial no agronegócio.

Ementa: Conceitos de Agronegócio, inovação e tecnologia. Inovação e competitividade no agronegócio. Gestão da inovação. Importância do agronegócio para a dinâmica socioeconômica mundial e brasileira. Principais cadeias produtivas do agronegócio. Inovação nas cadeias produtivas. Análise da implementação da inovação e tecnologia no agronegócio e sua inserção no mercado.

Bibliografia Básica:

VIEIRA FILHO, J.E.R.; FISHLOW, A. **Agricultura e indústria no Brasil: inovação e competitividade**. Brasília: Ipea, 2017.

QUEIROZ, T.R.; ZUIN, L.F.S. **Agronegócios: gestão, inovação e sustentabilidade**. São Paulo: Saraiva, 2015.

BUAINAIN, A. M. **Agricultura Familiar e Inovação Tecnológica no Brasil - Coleção: Agricultura, Instituições e Desenvolvimento**. UNICAMP, 2008.

Bibliografia Complementar:

ARAÚJO, M.J. **Fundamentos do agronegócio**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2018.

MARK, J.; STEINBECK, R. **Inovação e Tecnologia**. São Paulo: HSM, 2015.

DORR, A.C.; GUSE, J.C.; FREITAS, L.A.R.de. **Agronegócio: desafios e oportunidades da nova economia**. Curitiba: Appris, 2013.

Português

Aulas Semestrais: 40 horas aulas

Objetivos: Reconhecer as variações linguísticas relacionadas às situações de comunicação na área de gestão comercial; Comunicar-se com clareza; Dominar a norma culta da Língua Portuguesa; Dominar estratégias de leitura.

Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

Ementa: A função social da linguagem. Níveis de linguagem. Variação linguística. Comunicação oral e escrita, verbal e não verbal. Leitura: conceito, estratégias e tipos. Noções de texto e discurso. Revisão gramatical aplicada ao texto.

Bibliografia Básica:

CINTRA; CUNHA. **Nova Gramática do português Contemporâneo de acordo com a nova ortografia.** Rio de Janeiro: Lexikon, 2009.

FIORIN, José Luiz; SAVIOLI, **Francisco Platão.** Lições de Texto: leitura e redação. São Paulo: Ática, 2003.

FÁVERO, Leonor Lopes. **Coesão e coerência textuais.** São Paulo: Ática, 1999.

Bibliografia Complementar:

CORACINI, M. J. **Identidade e Discurso:** desconstruindo subjetividades. Campinas / Chapecó: Editora da Unicamp, Argos, 2003.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Hollanda, **Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa.** Curitiba: Positivo, 2009.

KOCH, Ingedore Vilaça. **A coesão textual.** São Paulo: Contexto, 1991.

Inglês I

Aulas Semestrais: 40 horas aulas

Objetivos: Compreender instruções, informações, avisos, textos curtos e descrições de produtos. Apresentar-se, fornecendo informações pessoais, cotidianas e corporativas. Descrever locais e pessoas. Preencher formulários com informações pessoais e profissionais. Dar e anotar recados. Utilizar números em contextos diversos para anotações de horários, datas e locais. Entender diferenças básicas de pronúncia.

Ementa: Introdução às habilidades de compreensão e produção oral e escrita por meio de funções sociais e estruturas simples da língua. Ênfase na oralidade, atendendo às especificidades acadêmico-profissionais da área e abordando aspectos socioculturais da língua inglesa.

Bibliografia Básica:

IBBOTSON, M; STEPHENS, B. **Business Start-up.** Cambridge: Cambridge University Press, 2011.

LONGMAN. **Dicionário Oxford Escolar para Estudantes Brasileiros.** Português-Inglês/ Inglês-Português com CD-Rom. 2. ed. Atualizado com as novas regras de Ortografia. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2008.

Bibliografia Complementar:

HUGES, John *et.al.* **Business Result: Elementary Student Book Pack.** Oxford, New York: Oxford University Press, 2009.

RICHARDS, Jack C. **Interchange: Student's Book Intro.** 3.ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.

MURPHY, Raymond. **Essential Grammar in Use CD-Rom with answers.** 3.ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2007.

POSITIVO INFORMÁTICA. **Tell me More - Nível Básico.** Curitiba: Positivo, 2007.

Segundo Semestre

	SIGLA	DENOMINAÇÃO	SEMANAL	SEMESTRAL
2º semestre	TGI-021	Programa de Integração Multidisciplinar em Tecnologia – PRIMT II	4	80
	CEA-009	Associativismo e Cooperativismo	2	40
	AGO-004	Gestão de Processos	4	80
	MMF-004	Matemática Financeira Aplicada	2	40
	ISI-010	Sistemas da Informação e Banco de Dados	4	80
	AGS-007	Cadeia de Suprimentos	4	80

Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

TTG-118	Métodos para Produção de Conhecimento	2	40
LIN-203	Inglês II	2	40
Totais		24	480

Programa de Integração Multidisciplinar em Tecnologia - PRIMT II

Aulas Semestrais: 80 horas aulas

Objetivos: Proporcionar a interdisciplinaridade e a transversalidade dos temas abordados em todas as disciplinas do semestre a ser implementado. Alicerçada na metodologia de aplicação prática, orientar os alunos na construção progressiva de um Plano de Negócio.

Ementa: As atividades deverão fomentar o conhecimento no que diz respeito ao entendimento das seguintes etapas do plano de negócios: análise de cenários; análise swot; 5W2H; estratégia competitiva; produtos e serviços/ benefícios e diferenciais/ estratégia de produto; plano operacional/produção ou comercialização; Objetivo de produção; estratégias de produção; máquinas e equipamentos necessários; processos de produção ou serviço; mapeamento do processo; layout /arranjo físico; capacidade produtiva e/ou comercial.

Bibliografia Básica:

BARON, Robert A.; SHANE, Scott A. **Empreendedorismo:** Uma visão do processo. São Paulo, SP: Cengage Learning, 2007.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo:** Transformando Ideias em Negócios. 6. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2016.

DORNELAS, José. **Introdução ao empreendedorismo:** desenvolvendo habilidades para fazer acontecer. São Paulo, SP: Empreende, 2018.

Bibliografia Complementar:

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo na prática:** mitos e verdades do empreendedor de sucesso. 3. ed. Rio de Janeiro, RJ: LTC, 2015.

MENDES, Jerônimo. **Empreendedorismo 360°:** a prática na prática. 3.ed. São Paulo, SP: Atlas, 2017.

TEIXEIRA, Tarcisio, LOPES, Alan (coords.). **Startups e inovação:** direito no empreendedorismo (Entrepreneurship Law). Barueri, SP: Manole, 2017.

Associativismo e Cooperativismo

Aulas Semestrais: 40 horas aulas

Objetivos: Desenvolver uma visão crítica sobre o cooperativismo e associativismo.

Ementa: As razões para constituição, seus objetivos, processos de formação, importância, normas e atribuições diretas, administração e análise de desempenho econômico e financeiro da organização. Agricultura familiar e empresarial.

Bibliografia básica:

OLIVEIRA, Djalma de Pinheiro Rebouças. **Manual de Gestão das Cooperativas.** Atlas: 7º edição, 2015.

ABRANTES, Jose. **Associativismo e Cooperativismo.** Interciência, 2004.

PINHO, Diva Benevides. **O Cooperativismo no Brasil:** da vertente pioneira à vertente solidária. Saraiva, 2003.

Gestão de Processos

Aulas Semestrais: 80 horas aulas

Objetivos: Desenvolver a capacidade analítica e prescritiva e compreender na prática a utilidade e aplicabilidade dos instrumentos de sistematização de processos no âmbito da automação do escritório.

Ementa: Mudanças organizacionais; Orientação a Processos; Gestão de Processos; Planejamento dos Processos: Mapeamento; Normas e Procedimentos; Registros da Qualidade; Infraestrutura de Suporte; Indicadores. Técnicas de levantamento de dados: instrumento de levantamento de informações e análise organizacional. Racionalização: métodos e ferramentas de gestão. Padronização.

Bibliografia Básica:

ARAUJO, L. **Organização, Sistemas e Métodos e as modernas ferramentas de gestão** org. Atlas, 2008.

SORDI, J O. **Gestão por Processos**. Saraiva, 2008.

OLIVEIRA, D P R. **Administração de Processos**. Atlas, 2007.

Bibliografia Complementar:

BARBARÁ, S. **Gestão por processos Fundamentos, Técnicas e Modelos de Implementação**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2008.

MAURITI. **O Processo Nosso De Cada Dia**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

Reboucas de Oliveira, Djalma de Pinho. **Administração de Processos**. São Paulo: Atlas, 2005.

Matemática Financeira Aplicada

Aulas Semestrais: 40 horas aulas

Objetivos: Compreender a utilização da matemática financeira no desenvolvimento da atividade profissional.

Ementa: Juros Simples. Juros Compostos. Descontos (simples e comercial). Taxas de Juros. Série Uniforme de Pagamentos (Rendas). Séries Perpétuas. Amortização de Empréstimos. Fluxo de Caixa. Anuidades ou Séries de Pagamentos. Sistemas de Amortização (Price, SAC e SAM). Operação de softwares e calculadoras para as operações de capitalização e desconto.

Bibliografia Básica:

ASSAF NETO, A., **Matemática Financeira e suas Aplicações**. São Paulo: Atlas. 2008.

IEZZI, Gelson; HAZZAN, Samuel; DEGENSZAJN, David. **Fundamentos de matemática elementar**. São Paulo: Atual, 2004. 11 v.

VIEIRA SOBRINHO, José Dutra. **Matemática financeira**. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

Bibliografia Complementar:

BIANCHINI, E.; PACCOLA, H. **Matemática**. São Paulo: Moderna, 2004.

MUROLO, Afrânio. **Matemática aplicada a Administração, Economia e Contabilidade**. 2.ed. São Paulo: Thomson Pioneira, 2011.

PUCCINI, Abelardo de Lima. **Matemática financeira: Objetiva e Aplicada**. 7.ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

SILVA, Sebastião Medeiros. **Matemática básica para cursos superiores**. São Paulo: Atlas, 2006.

Sistemas da Informação e Banco de Dados

Aulas Semestrais: 80 horas aulas

Objetivos: Evolução dos Bancos de Dados; Objetivo do Banco de Dados; Arquitetura de Sistemas de Informação e aplicações de Bancos de Dados nos níveis organizacionais; Modelagem de dados: conceitual, lógica e física; Sistemas de Gerenciamento de Banco de Dados (SGBD): Aplicações para Automação de Processos Empresariais. Projeto de automação de processo administrativo com utilização de banco de dados.

Ementa: Utilizar Banco de Dados para aplicações de automação de escritórios para a atividade profissional nas organizações.

Bibliografia Básica:

LAMBERT, S, PREPPERNAU, J e LAMBERT III, M. Dow. **Microsoft Office Access** 2007.

Porto Alegre: Bookman, 2008.

LEITE, Mario. **Acessando banco de dados**. Rio de Janeiro: Brasport, 2007.

OPPEL, Andy. **Banco de dados desmistificado**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2004.

Bibliografia Complementar:

MORAZ, Eduardo. **Crie Bancos de Dados com o Access**. São Paulo: Digerati, 2006.

Cadeia de Suprimentos

Aulas Semestrais: 80 horas aulas

Objetivos: Compreender as principais práticas na gestão da logística de abastecimento, logística de planta e logística de distribuição, seus controles, recursos e ações que contribuam de forma eficiente para o alcance dos objetivos da organização.

Ementa: A evolução dos conceitos de logística e *Supply Chain Management*; Visão sistêmica da cadeia logística; Conceito de "trade-off" logístico; Gestão do Custo Logístico; Tendências da Cadeia de Abastecimento (*Supply Chain*); Canais de distribuição; Armazéns e Centros de Distribuição. Introdução à administração de materiais; Sistema de Gestão de Estoque; Gerenciamento dos Estoques; Recursos Patrimoniais; Relacionamentos em redes Verticais e Horizontais.

Bibliografia Básica:

CORREA, M. **Gestão da Rede de Suprimentos**. São Paulo: Saraiva, 2011.

DIAS, Marco Aurélio Pereira. **Administração de materiais:** princípios conceitos e gestão. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2005.

MARTINS, Petrônio Garcia; CAMPOS, Paulo Renato Alt. **Administração de materiais e recursos patrimoniais**. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

Bibliografia Complementar:

LAMBERT, D.M.. *Supply Chain Management: process partnerships, performance*. Supply Chain Management Institute, 2004.

SIMCHI-LEVI, D., KAMINSKY, P., SIMCHI-LEVY, E.. **Cadeia de Suprimentos: Projeto e Gestão**. Porto Alegre: Bookman, 2003.

PIRES, Silvio. **Gestão da Cadeia de Suprimentos**. São Paulo: Atlas, 2004.

Métodos para Produção do Conhecimento

Aulas Semestrais: 40 horas aulas

Objetivos: Identificar os elementos e etapas necessários para o estudo produtivo; estabelecer um roteiro de estudo adequado às necessidades e objetivos; identificar as várias formas de conhecimento; reconhecer as características da ciência; desenvolver as diversas atividades acadêmicas; diferenciar os diversos tipos de pesquisa; compreender e aplicar o método científico; pensar e elaborar um projeto de pesquisa; estruturar metodologicamente uma monografia; utilizar as diversas técnicas de pesquisa; redigir textos de forma acadêmica.

Ementa: O Papel da ciência e da tecnologia. Tipos de conhecimento. Método e técnica. O processo de leitura e de análise textual. Citações e bibliografias. Trabalhos acadêmicos: tipos, características e composição estrutural. O projeto de pesquisa experimental e não experimental. Pesquisa qualitativa e quantitativa. Apresentação gráfica. Normas da ABNT.

Bibliografia Básica:

ANDRADE, M Margarida. **Introdução a Metodologia do trabalho científico**. 8.ed. São Paulo, Atlas, 2007.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 14724:** informações e documentos: trabalhos acadêmicos: apresentação. Rio de Janeiro: 2002.

FEITOSA, V. C.. **Redação de Textos Científicos**. Campinas: Papirus, 2004.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. Fundamentos de Metodologia científica. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2005.

Bibliografia Complementar:

RAMPAZZO, L., **Metodologia Científica**. São Paulo: Loyola, 2003.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do Trabalho Científico**. 23.ed. São Paulo: Cortez, 2008.

Inglês II

Aulas Semestrais: 40 horas aulas

Objetivos: Comunicar-se utilizando frases simples em contextos pessoais e profissionais. Pedir e dar permissão. Falar sobre o trabalho. Fazer comparações. Falar sobre eventos passados. Atender a uma ligação telefônica e anotar recado. Compreender gráficos e tabelas. Redigir correspondências rotineiras. Extrair informações de textos técnicos específicos da área. Entender diferenças básicas de pronúncia.

Ementa: Consolidação da compreensão e produção oral e escrita com a utilização de funções sociais e estruturas simples da língua desenvolvidas na disciplina Inglês I. Ênfase na oralidade, atendendo às especificidades acadêmico-profissionais da área e abordando aspectos socioculturais da língua inglesa.

Bibliografia Básica:

IBBOTSON, M; STEPHENS, B. **Business Startup**. Cambridge: Cambridge University Press, 2011.

Bibliografia Complementar:

OXENDEN, Clive et.al. **American English File: Student's Book Starter**. New York: Oxford University Press, 2008.

GODOY, Sonia M. Baccari; GONTOW, Cris; MARCELINO, Marcello. **English Pronunciation for Brazilians**. São Paulo: Disal, 2006.

DUCKWORTH, Michael. **Essential Business grammar & Practice** - English Level: Elementary to Pre-Intermediate. **New Edition**. Oxford, UK: Oxford University Press, 2007.

SAWAYA, Márcia Regina. **Dicionário de informática & internet inglês-português**. São Paulo: Nobel/Fatec, 1999.

Terceiro Semestre

SIGLA		DENOMINAÇÃO	SEMANTAL	SEMESTRAL
3º semestre	TGI-031	Programa de Integração Multidisciplinar em Tecnologia – PRIMT III	4	80
	CCG-010	Contabilidade	2	40
	CEG-002	Economia	4	80
	AGF-010	Gestão Financeira e Orçamentária	4	80
	ISI-005	Sistemas da Informação Financeiros	2	40
	CEI-006	Comércio Internacional	2	40
	MPO-005	Pesquisa Operacional	4	80
	LIN-303	Inglês III	2	40
Totais			24	480

Programa de Integração Multidisciplinar em Tecnologia - PRIMT III

Aulas Semestrais: 80 horas aulas

Objetivos: Proporcionar a interdisciplinaridade e a transversalidade dos temas abordados em todas as disciplinas do semestre a ser implementado. Alicerçada na metodologia de aplicação prática, orientar os alunos na construção progressiva de um Plano de Negócio.

Ementa: As atividades deverão fomentar o conhecimento no que diz respeito ao entendimento das seguintes etapas do plano de negócios: investimento inicial; estrutura do capital; fluxo de caixa projetado; ferramentas de análise; ponto de equilíbrio.

Bibliografia Básica:

BARON, Robert A.; SHANE, Scott A. **Empreendedorismo: Uma visão do processo**. São Paulo, SP: Cengage Learning, 2007.

Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

DORNELAS, José. **Empreendedorismo**: Transformando Ideias em Negócios. 6. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2016.

DORNELAS, José. **Introdução ao empreendedorismo**: desenvolvendo habilidades para fazer acontecer. São Paulo, SP: Empreende, 2018.

Bibliografia Complementar:

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo na prática**: mitos e verdades do empreendedor de sucesso. 3. ed. Rio de Janeiro, RJ: LTC, 2015.

MENDES, Jerônimo. **Empreendedorismo 360º**: a prática na prática. 3. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2017.

TEIXEIRA, Tarcisio, LOPES, Alan (coords.). **Startups e inovação**: direito no empreendedorismo (Entrepreneurship Law). Barueri, SP: Manole, 2017.

Contabilidade

Aulas Semestrais: 40 horas aulas

Objetivos: Entender o processo contábil e seus relatórios, analisar e utilizar as demonstrações contábeis/financeira como instrumento de gestão. Conhecer normas contábeis brasileiras para a adequação ao padrão contábil internacional IFRS.

Ementa: Introdução à contabilidade, à mecânica e ao raciocínio contábil. Patrimônio e suas situações líquidas. Planos de contas. Método das partidas dobradas. Eventos permutativos, contas e demonstrativos patrimoniais. Eventos modificativos, contas e demonstrativos de resultados. Receitas e despesas. Conceitos de custo e de orçamento. Custo da Mercadoria Vendida (CMV). Custeio por absorção e custos para decisão. Cálculo do desgaste dos ativos, depreciação, amortização e exaustão. Provisões e distribuição de resultados. Balanço patrimonial e demonstrativo de resultados do exercício. Análise de Balanços. Adequação do padrão contábil brasileiro ao I.F.R.S. Postulados, princípios e convenções contábeis.

Bibliografias Básica:

IUDICIBUS, Sérgio de. MARION, José Carlos. **Curso de contabilidade para não contadores**: para as áreas de administração, economia, direito e engenharia. 7ª edição – Editora Atlas, São Paulo, 2011.

EQUIPE DE PROFESSORES DA FEA/USP. Diversos autores. **Contabilidade Introdutória**. Livro texto, 11ª edição. São Paulo: Atlas, 2.010.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de Custos**. - 10ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

Bibliografias Complementar:

SILVA, César Augusto Tibúrcio, TRISTÃO, Gilberto. **Contabilidade Básica**, 4ª edição., São Paulo, Editora Atlas, 2009.

EQUIPE DE PROFESSORES DA FEA/USP. Diversos autores. **Contabilidade Introdutória**. Livro de exercícios, 11ª edição. São Paulo: Atlas, 2011.

FREZATTI, Fábio. **Orçamento Empresarial, Planejamento e Controle Gerencial**, 2ª edição. São Paulo, Atlas. 2000.

MARION, José Carlos. **Contabilidade Básica**, 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

NEVES, Silvério das. VICECONTI, Paulo. **Contabilidade Básica**. 15ª Edição. São Paulo: Editora Saraiva. 2012

RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade Básica Fácil**. 23. ed., São Paulo: Editora Saraiva, 2005.

Economia

Aulas Semestrais: 80 horas aulas

Objetivos: Desenvolver uma visão global da Economia por meio de conhecimentos básicos que permitam uma compreensão das atividades econômicas nacionais e internacionais.

Ementa: Introdução à economia e ao pensamento econômico. Conceitos básicos. Noções de Microeconomia. Funcionamento do mercado. Estruturas de mercado. Macroeconomia básica. Atividade econômica, teoria da determinação da renda e do produto nacional. Introdução à teoria monetária e inflação. Balanços de pagamentos e taxas de câmbio. Sistema Monetário, Bancos Comerciais e Banco Central, Integração do Sistema Econômico.

Bibliografia Básica:

MANKIW, N. G. **Macroeconomia**. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

YONEYAMA, T.; CABRAL, A. S. **Microeconomia**: uma visão integrada para empreendedores. São Paulo: Saraiva, 2008.

RUBINFELD, D. L.; PINDYCK, R. S.; **Microeconomia**. São Paulo: Prentice Hall Brasil, 2005.

Bibliografia Complementar:

GREMAUD, A. P.; VASCONCELOS, M. A. S.; TONETO JÚNIOR, R. **Economia Brasileira Contemporânea**. São Paulo: Atlas, 2009.

PINHO, D. B.; VASCONCELOS, M. A. S. **Manual de introdução à economia**. São Paulo: Saraiva, 2008.

VASCONCELLOS, M. A. S.; GARCIA, M. E. **Fundamentos de economia**. São Paulo: Saraiva, 2009.

Gestão Financeira e Orçamentária

Aulas Semestrais: 80 horas aulas

Objetivos: Entender os conceitos de finanças e permitir a interpretação do desempenho financeiro do Negócio. Elaborar orçamentos. Compreender técnicas econômicas e financeiras para análise e seleção de projetos de investimentos.

Ementa: Fundamentos da Gestão Financeira; Técnicas de planejamento financeiro; Análise do ponto de equilíbrio das operações e alavancagem; Administração de ativos permanentes e investimento de capital; Fundamentos de investimento de capitais; Projeção do fluxo de caixa e do valor residual; Técnicas de avaliação de investimentos: *payback*, retorno contábil, VPL, TIR, IL. Fundamentos da engenharia econômica.

Bibliografia Básica:

ASSAF, A. ; LIMA, G. G. **Curso de Administração Financeira**. São Paulo: Atlas, 2009.

GITMAN, L J. **Princípios da administração financeira**, 12.ed. São Paulo: Pearson, 2009.

MEGLIORINI, E; VALLIM, M A. **Administração financeira**: uma abordagem brasileira. São Paulo: Pearson, 2009.

Bibliografia Complementar:

HOJI, M. **Administração Financeira e Orçamentária**. São Paulo: Atlas, 2009.

JORDAN, B; ROSS, S A; WESTERFIELD, R. W. **Administração Financeira**. Porto Alegre: Mcgraw-Hill Brasil, 2008.

JUND, SERGIO. AFO - **Administração Financeira e Orçamentária**. Rio de Janeiro: Campus, 2009.

SAMANEZ, Carlos Patrício. **Engenharia Econômica**. São Paulo: Pearson, 2009.

TOSTES, Fernando P. **Gestão de risco de mercado**: metodologia financeira e contábil. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

Sistemas da Informação Financeiros

Aulas Semestrais: 40 horas aulas

Objetivos: Conhecer sistemas de informações específicos de Finanças e sua importância para o processo de decisão para a gestão da Administração Financeira.

Ementa: Sistemas da Informação Financeiros; Informações operacionais, gerenciais e estratégicas em finanças; Modelo de dados de sistemas financeiros (Contas a pagar, contas a receber, fluxo de caixa, contabilidade geral e de custos, aplicações financeiras, bancos); Extração de informações e tomada de decisão; Simulações de sistemas Financeiros.

Bibliografia Básica:

BRUNI, A L; PAIXAO, R B. **Excel Aplicado à Gestão Empresarial**. São Paulo: Atlas, 2008.

LEITE, Mario. **Acessando banco de dados**. Rio de Janeiro: Brasport, 2007.

Bibliografia Complementar:

O'BRIEN, James A. **Sistemas de informação e as decisões gerenciais na área da internet**. 3.ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

LAUDON, Kenneth C. **Sistemas de Informação**. 4.ed. Rio de Janeiro: LTC, 2002.

STARIR, Ralph M. **Princípios de Sistemas de Informações**. 4.ed. Rio de Janeiro: LTC, 2002

Comércio Internacional

Aulas Semestrais: 40 horas aulas

Objetivos: Conhecer e entender: o fenômeno da globalização dos mercados; Blocos Econômicos e os acordos internacionais relacionados; Macroeconomia do setor externo e de política e comércio exterior; principais procedimentos de importação e exportação.

Ementa: Histórico e Conceitos. Teorias do Comércio Internacional. A globalização dos mercados, GATT, a OMC e Acordos antidumping. Blocos Econômicos. Macroeconomia do setor externo. Política e comércio exterior. Forças do mercado doméstico, vantagens comparativas e balança comercial. Crescimento do Setor Externo da Economia Brasileira. Política de Substituição de Importações. Comércio exterior no Brasil e Abertura Comercial Externa. Instrumentos de pagamento. Os bancos e o estado no comércio exterior. O financiamento no comércio exterior. Cotações internacionais. Contratos Comerciais Internacionais. INCOTERMS. *Global Sourcing*. Processos de Exportação e de Importação. Marketing Internacional.

Bibliografia básica:

LOPES VAZQUEZ, José. **Comércio exterior brasileiro**. 11.ed. São Paulo: Atlas, 2015.

KRUGMAN, P. **Economia internacional**. 10.ed. São Paulo: Makron, 2015.

LUDOVICO, Nelson. **Logística internacional: um enfoque em comércio exterior**. 3.ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

Bibliografia complementar:

MINERVINI, Nicola. **O exportador**. 6.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2012.

VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval; LIMA, Miguel; SILBER, Simão Davi (Orgs.). **Gestão de negócios internacionais**. São Paulo: Saraiva, 2006.

GUIDOLIN, B. **Economia e comércio internacional ao alcance de todos**. São Paulo, Ed. Aduaneiras, 1991.

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

Pesquisa Operacional

Aulas Semestrais: 80 horas aulas

OBJETIVOS: Aplicar as ferramentas da pesquisa operacional como ferramenta auxiliar na tomada de decisão.

EMENTA: Fundamentos da Pesquisa Operacional; Modelos Lineares; métodos de solução gráfica e algoritmo simplex; Aplicações de Programação Linear; Análise de Sensibilidade; Dualidade; Métodos computacionais e software de resolução e análise de problemas de programação linear; Teoria das Filas. Conceitos de Simulação. Teoria de Jogos.

Bibliografia Básica:

COLIN, C.C. **Pesquisa Operacional – 170 Aplicações em Estratégia, Finanças, Logística, Produção, Marketing e Vendas**. 2.ed. LTC, 2017.

ANDRADE, E. L. **Introdução à Pesquisa Operacional, Métodos e Modelos para Análise de Decisões**. 5.ed. LTC, 2015.

LACHTERMACHER, G. **Pesquisa Operacional na Tomada de Decisões**. Prentice Hall, 2009.

Bibliografia Complementar:

CAIXETA-FILHO, J. V. **Pesquisa Operacional: técnicas de otimização aplicadas a sistemas agroindustriais**. Atlas, 2004.

CORRAR, L. J; THEÓPHILO, C R (coord). **Pesquisa Operacional: para decisão em contabilidade e administração**. 2.ed. FIPECAFI USP. Atlas, 2008.

MOREIRA, D. A. **Pesquisa Operacional - Curso Introdutório**. 2.ed. Thomson Pioneira, 2011.

SILVA NETO, Benedito; OLIVEIRA, Angélica de. **Modelagem e Planejamento de Sistemas de Produção Agropecuária**. UNIJUI, 2009.

Inglês III

Aulas Semestrais: 40 horas aulas

Objetivos: Participar de discussões em contextos sociais e empresariais usando linguagem apropriada de polidez e formalidade. Expressar opiniões e necessidades. Fazer solicitações. Descrever habilidades, responsabilidades e experiências profissionais. Usar números para descrever preços, dados e gráficos. Compreender informações de manuais, relatórios e textos técnicos específicos da área. Redigir cartas e e-mails comerciais simples. Aperfeiçoar a entoação e o uso dos diferentes fonemas da língua.

Ementa: Expansão da compreensão e produção oral e escrita com a utilização de funções sociais e estruturas básicas da língua. Ênfase na oralidade, atendendo às especificidades acadêmico-profissionais da área e abordando aspectos socioculturais da língua inglesa.

Bibliografia Básica:

IBBOTSON, M; STEPHENS, B. **Business Start-up**. Cambridge: Cambridge University Press, 2011.
OXFORD. Oxford Business **English Dictionary with CD-Rom**. Seventh Edition. Oxford, UK: Oxford University Press, 2007.

Bibliografia Complementar:

HUGES, John et al. **Business Result Business Result: Pre-Intermediate Student Book Pack**. New York: Oxford University Press, 2009.

RICHARDS, Jack C. **Interchange: Student's Book 1**. 3.ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.

MURPHY, Raymond. **Essential Grammar in Use CD-Rom with answers**. 3.ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2007.

POSITIVO INFORMÁTICA. **Tell me More - Nível Intermediário**. Curitiba: Positivo, 2007.

QUARTO SEMESTRE

	SIGLA	DENOMINAÇÃO	SEMANAL	SEMESTRAL
4º semestre	TGI-041	Programa de Integração Multidisciplinar em Tecnologia – PRIMT IV	4	80
		Liderança e Gestão de Pessoas	4	80
		Análise de Investimentos	4	80
		Sistema de Informação em Recursos Humanos	2	40
		Técnicas de Negociação	2	40
		Gestão de Marketing	2	40
		Promoção e Merchandising	2	40
		Responsabilidade Socioambiental	2	40
		LIN-403	Inglês IV	2
Totais			24	480

Programa de Integração Multidisciplinar em Tecnologia - PRIMT IV

Aulas Semestrais: 80 horas aulas

Objetivos: Proporcionar a interdisciplinaridade e a transversalidade dos temas abordados em todas as disciplinas do semestre a ser implementado. Alicerçada na metodologia de aplicação prática, orientar os alunos na construção progressiva de um Plano de Negócio.

Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

Ementa: As atividades deverão fomentar o conhecimento no que diz respeito ao entendimento das seguintes etapas do plano de negócios: Objetivo de recursos humanos; estratégias de recursos humanos; organograma funcional; plano de desenvolvimento de treinamento.

Bibliografia Básica:

BARON, Robert A.; SHANE, Scott A. **Empreendedorismo:** Uma visão do processo. São Paulo, SP: Cengage Learning, 2007.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo:** Transformando Ideias em Negócios. 6. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2016.

DORNELAS, José. **Introdução ao empreendedorismo:** desenvolvendo habilidades para fazer acontecer. São Paulo, SP: Empreende, 2018.

Bibliografia Complementar:

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo na prática:** mitos e verdades do empreendedor de sucesso. 3. ed. Rio de Janeiro, RJ: LTC, 2015.

MENDES, Jerônimo. **Empreendedorismo 360°:** a prática na prática. 3. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2017.

TEIXEIRA, Tarcisio, LOPES, Alan (coords.). **Startups e inovação:** direito no empreendedorismo (Entrepreneurship Law). Barueri, SP: Manole, 2017.

Liderança e Gestão de Pessoas

Aulas Semestrais: 80 horas aulas

Objetivos: Interpretar os condicionantes ambientais, psicológicos, sociais e culturais relacionados com a questão da liderança e a gestão de equipes. Identificar aspectos da liderança e as teorias aplicadas às variadas contingências.

Apresentar os principais pressupostos teóricos que fundamentam a definição de políticas e práticas de Gestão de Pessoas nas organizações. Conhecer as principais atividades e procedimentos dos vários subsistemas de Gestão de Pessoas e os impactos de sua operacionalização em diferentes instâncias organizacionais. Familiarizar-se com processo de formulação de políticas de Gestão de Pessoas, identificando seus elementos de implementação e avaliação. Abordar temas que envolvam diversidade, inclusão e assuntos correlatos. Contemplar a temática Direitos Humanos, em conformidade com a Resolução CNE/CP nº 1/2012.

Ementa: A importância dos processos grupais na formação e no desenvolvimento de lideranças; Conceitos de Grupo e Equipe; Estruturas formais e informais de Grupos e Equipes; Noção de papéis; Desenvolvimento da percepção empática e os processos de abertura e realimentação; Desenvolvimento de competências coletivas.

Contexto histórico da Gestão de Pessoas. Conceitos, Objetivo e políticas e estratégias. Principais problemas e tendências. Planejamento de recursos humanos. Funções Básicas: recrutamento e seleção, treinamento e desenvolvimento, cargos, salários e benefícios, avaliação de desempenho e planejamento de carreira. Tendências. O Planejamento de RH e sua vinculação com o Planejamento Estratégico da Empresa.

Bibliografia Básica:

BERGAMINI, Cecília Whitaker. **Liderança:** Administração do sentido. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

GRACIOSO, Francisco. **Liderança Empresarial:** competências que inspiram, influenciam e conquistam resultados. São Paulo: Atlas: 2009.

ROBBINS, Stephen. **Comportamento Organizacional.** São Paulo: Pearson, 2009.

BARBIERI, Ugo Franco. **Gestão de pessoas nas organizações:** o talento humano na sociedade da informação. São Paulo, SP: Atlas, 2014.

DUTRA, Joel Souza; DUTRA, Tatiana Almendra; DUTRA, Gabriela Almendra. **Gestão de Pessoas.** São Paulo, SP: Atlas, 2017.

GODOY, Arilda Schmidt *et al.* **Gestão do fator humano:** uma visão baseada em stakeholders. São Paulo, SP: Saraiva, 2008.

Bibliografia Complementar:

ARAÚJO, Luis César G. de; GARCIA, Adriana Amadeu. **Gestão de Pessoas:** estratégias e integração organizacional. 2. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2014.

DINIZ, Margareth. **Inclusão de pessoas com deficiência e/ou necessidades específicas-Avanços e desafios**. Autêntica, 2017.

TEIXEIRA, Cíntia Maria; MAGNABOSCO, Maria Madalena. **Gênero e diversidade**: formação de educadoras/es. Autêntica, 2017.

BYHAM, William C.; SMITH Audrey B.; PAESE, Matthew J. **Formando Líderes**. São Paulo: Pearson Education, 2004.

LIMONGI-FRANÇA, Ana Cristina. **Comportamento Organizacional**. São Paulo: Saraiva, 2011.

LIPMAN-BLUMEN, Jean. **Liderança Conectiva**: Como Liderar em um Novo Mundo de Interdependência, Diversidade e Virtualmente Conectado. São Paulo: Pearson Education, 2008.

Análise de Investimentos

Aulas Semestrais: 80 horas aulas

Objetivo geral: Identificar as principais técnicas econômicas e financeiras para análise da viabilidade de projetos de investimento.

Ementa: Introdução à Análise de Investimentos e à Geração de Valor nos Negócios. Projeção do Fluxo de Caixa. Custo do Capital e Taxa Mínima de Atratividade. *Payback* Simples e *Payback* Descontado. Valor Presente Líquido. Valor Presente Líquido Anualizado. Taxa Interna de Retorno. Índice de Lucratividade e Taxa de Rentabilidade. Avaliação da Viabilidade Econômica em Projetos Independentes ou Mutuamente Excludentes. Substituição de Ativos. Análise de Sensibilidade. Avaliação de Investimentos sob Incerteza.

Bibliografia Básica:

BRUNI, Adriano Leal. **Avaliação de investimentos**. 2. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2013.

CAMLOFFSKI, Rodrigo. **Análise de investimentos e viabilidade financeira das empresas**. São Paulo, SP: Atlas, 2014.

SAMANEZ, Carlos Patrício. **Engenharia Econômica**. São Paulo, SP: Pearson Prentice Hall, 2009.

Bibliografia Complementar:

ASSAF NETO, Alexandre. **Finanças corporativas e valor**. 7. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2014.

ASSAF NETO, Alexandre. **Matemática financeira**: edição universitária. São Paulo, SP: Atlas, 2017.

HASTINGS, David F. **Análise financeira de projetos de investimento de capital**. São Paulo, SP: Saraiva, 2013.

Sistemas da Informação em Recursos Humanos

Aulas Semestrais: 80 horas aulas

Objetivos: Conhecer sistemas da informação específicos de RH e sua importância no processo de decisão para a gestão da Administração de RH.

Ementa: Sistemas da Informação em Recursos Humanos; Informações operacionais, gerenciais e estratégicas em RH; Modelo de dados de sistemas de RH (Recrutamento e Seleção, Remuneração, treinamento, Cargos e Salários, Benefícios); Extração de informações e tomada de decisão; Simulações de sistemas de RH.

Bibliografia Básica:

LEITE, Mario. **Acessando banco de dados**. Rio de Janeiro: Brasport, 2007.

BRUNI, A L; PAIXAO, R B. **Excel Aplicado à Gestão Empresarial**. São Paulo: Atlas, 2008.

Bibliografia Complementar:

VIEIRA, Anderson da Silva. **Excel 2010 - Guia Prático e Visual**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.

MANZANO; José Augusto N.G; MANZANO, André Luiz N.G. **Estudo dirigido de Microsoft Office Excel 2010 - avançado**. São Paulo: Érica, 2010.

Técnicas de Negociação

Aulas Semestrais: 40 horas aulas

Objetivos: Entender as práticas de negociação em seus mais variados aspectos e situações, destacando as técnicas, princípios, estilos e perfis psicológicos comumente identificados nos processos de negociação.

Ementa: Introdução à negociação; Conceitos de negociação; Dimensão comportamental da negociação; Conceito de poder; Estratégias e táticas de negociação; Preparação para a negociação; Autoavaliação, Legitimidade; Fechamentos de acordos; Negociações integrativas; Negociações distributivas; Tensões fundamentais do processo de negociação; Gestão do processo de negociação.

Bibliografia Básica:

CLEGG, Brian. *Negociação: Como Conseguir Acordos com as Pessoas*. Rio de Janeiro, RJ: Qualitymark, 2002.

LEMPEREUR, Alain Pekar; COLSON, AURÉLIEN e DUZERT; YANN. **Método de negociação**. São Paulo: Atlas, 2009.

PESSOA, Carlos. *Negociação Aplicada: Como Utilizar as Táticas e Estratégias para Transformar Conflitos Interpessoais em Relacionamentos Cooperativos*. São Paulo, SP: Atlas, 2009.

Bibliografia Complementar:

DUZERT, Yann (org.). **Manual de negociações complexas**. Rio de Janeiro, RJ: FGV, 2007.

FISHER, Roger; URY, William; PATTON, Bruce. **Como chegar ao sim: a negociação de acordos sem concessões**. 2. ed. Rio de Janeiro, RJ: Imago, 2005.

WERNECK, Hamilton. **O profissional do século XXI**. 2. ed. Rio de Janeiro, RJ: Record, 2005.

Gestão de Marketing

Aulas Semestrais: 40 horas aulas

Objetivos: Apresentar uma concepção contemporânea da mercadologia, destacando as técnicas de planejamento, organização e controle de marketing para dirigir empreendimentos e desenvolver novos negócios.

Ementa: Conceito Central de Marketing; Evolução do Conceito de Marketing; A empresa orientada ao mercado; Conceitos fundamentais para marketing: necessidade e desejo, oferta e demanda, satisfação e custo; Mercado consumidor e mercado organizacional; O processo decisório em marketing; Ambiente de marketing e Sistema de Informações de Marketing; Decisões estratégicas de marketing: segmentação de mercado, focalização e posicionamento; Decisões táticas de marketing: produto, preço, distribuição e comunicação.

Ambiente e Sistema de Marketing; Mercado de Bens e Consumo; Mensuração e Previsão de Demanda; Segmentação de Mercado. Análise de produtos e mercados; Administração de composto de produto e planejamento do mercado; Conquista de mercados; Satisfação do consumidor: agregando valor.

Bibliografia Básica:

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. **Administração de marketing**. São Paulo, SP: Pearson, 2016.

MATTAR, Fauze N. (Org.). **Gerência de produtos: estratégias e ações para o sucesso**. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, 2013.

OLIVEIRA, Bráulio (Org.) **Gestão de marketing**. São Paulo, SP: Pearson, 2011.

ARMSTRONG, G e KOTLER, P. **Princípios de Marketing**. São Paulo: Prentice Hall Brasil, 2007.

ROCHA, Telma *et al.* **Fundamentos de Marketing: Conceitos Clássicos - vol. 1**. São Paulo: Saraiva, 2006. FGV. (Equipe). **Gestão de Marketing**. São Paulo: Saraiva, 2002.

Bibliografia Complementar:

KERIN, Roger A.; HARTLEY, Steven W.; BERKOWITZ, Eric N.; RUDELIUS, William. **Marketing**. São Paulo, SP: McGraw-Hill, 2007.

URDAN, Flávio Torres.; URDAN, André Torres. **Gestão do composto de marketing**. 2. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2013.

ZENONE, Luiz C. **Gestão estratégica de marketing: conceitos e técnicas**. São Paulo, SP: Atlas, 2011.

Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

M. C. e MANDETTA, R. **Fundamentos do marketing**. Campinas: Átomo & Alínea, 2003.
OLIVEIRA, Braulio (org). **Gestão de Marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012
BASTA, Darci. **Fundamentos de Marketing**. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

Promoção e Merchandising

Aulas Semestrais: 40 horas aulas

Objetivos: Conhecer diferentes práticas de promoção e merchandising a partir de aspectos conceituais e técnicos, que compreendem a gestão comercial.

Ementa: Noção de Promoção; Noção de Merchandising; conceito de produto, marca e serviço; Vitrinismo; Exposição do produto; Compra por Impulso; Consumo; Programação e organização de eventos comerciais; Design Gráfico; Ponto de venda; Decoração de Stands e Show Room; Estratégias e organização de campanhas de promoção visual; Exibitécnica x expotécnica; espaço público e privado; Tratamento dos espaços comerciais interiores.

Bibliografia Básica:

BLESSA, Regina. **Merchandising no ponto-de-venda**. São Paulo: Atlas, 2006.
DEMETRESCO, Sylvia. **Vitrina - construção de encenações**. 4.ed. São Paulo: Senac, 2007.
LOURENÇO, Fátima; SAM, José de Oliveira. **Vitrina – veículo de comunicação e venda**. São Paulo: Editora Senac, 2011.

Bibliografia Complementar:

AUMONT, Jaques. **A Imagem**. Trad. Estela dos Santos Abreu e Cláudio C. Santoro. 2.ed. Campinas-SP, Papirus, 1995.
BARTHES, Roland. **A câmara clara**: nota sobre a fotografia. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
CASTRO, Luciano Thomé; NEVES, Marcos Fava. **Administração de vendas**: Planejamento, Estratégia e Gestão. São Paulo: Atlas, 2005.
PRECIOSA, Rosane. **Produção estética** – notas sobre roupas, sujeitos e modos de vida. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.
SEMPRINI, Andréa. **A marca pós-moderna** – poder e fragilidade da marca na sociedade pós-moderna. São Paulo: Estação das Letras, 2006.

Responsabilidade Socioambiental

Aulas Semestrais: 40 horas aulas

Objetivos: Proporcionar oportunidade de desenvolver conhecimento e de reflexões sobre a problemática social e ambiental nas empresas sob os enfoques técnico e humano. Conhecer e desenvolver habilidade de uso de ferramentas de gestão ambiental. Salientar a importância da gestão social e ambiental. Desenvolver visão crítica sobre desenvolvimento sustentável. Demonstrar a relação entre o sucesso financeiro e as realizações sociais e ambientais. Apresentar modelos de diagnóstico de gestão social e ambiental. Apresentar indicadores sociais e ambientais. Abordar a Educação Ambiental, de acordo com a Resolução CNE/CP nº 2/2012.

Ementa: Origem, Conceituação e Caracterização do Terceiro Setor. Investimento Social Privado e Responsabilidade Social Empresarial. Democracia, Direitos Humanos e Cidadania. Legislação do Terceiro Setor. Legislação Ambiental. Enfoque Ambiental para o Desenvolvimento Sustentável.

Bibliografia Básica:

DIAS, Reinaldo. **Gestão ambiental**: responsabilidade social e sustentabilidade. 3. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2017.
DONAIRE, Denis. **Gestão ambiental na empresa**. 3. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2018.
TAKESHY, Tachizawa. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa**: estratégias de negócios focadas na realidade brasileira. 8. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2014.

Bibliografia Complementar:

BARBIERI, José Carlos; CAJAZEIRA, Jorge Emanuel Reis. **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável**: da teoria à prática. 3. ed. São Paulo, SP: Saraiva, 2016.
DE MATTOS, Regiane Augusto. **História e cultura afro-brasileira**. Editora Contexto, 2007.

DONATO, Hernâni. **Os Povos Indígenas no Brasil**. Editora Melhoramentos, 2015.

Inglês IV

Aulas Semestrais: 40 horas aulas

Objetivos: Participar de discussões e negociações em contextos sociais e empresariais, destacando vantagens, desvantagens e necessidades. Preparar-se para participar de entrevistas de emprego presenciais e por telefone. Compreender informações de manuais, relatórios e textos técnicos específicos da área.

Redigir cartas e e-mails comerciais, relatórios e currículos. Aperfeiçoar a entoação e o uso dos diferentes fonemas da língua.

Ementa: Consolidação da compreensão e produção oral e escrita com a utilização de funções sociais e estruturas básicas da língua desenvolvidas na disciplina Inglês III. Ênfase na oralidade, atendendo às especificidades acadêmico-profissionais da área e abordando aspectos socioculturais da língua inglesa.

Bibliografia Básica:

GRANT, David; HUDSON, Jane. **Business Result**. Oxford University Press, 2009.

Bibliografia Complementar:

OXENDEN, Clive *et al.* **American English File: Student's Book 1**. New York: Oxford University Press, 2008. IBBOTSON, Mark *et al.* **Business Start-up 2 Student's Book**. Cambridge: Cambridge University Press, 2009. DUCKWORTH, Michael. **Essential Business Grammar & Practice**. - English level: Intermediate to Upper- Intermediate. New Edition. Oxford, UK: Oxford University Press, 2007.

OXFORD. **Oxford Advanced Learner's Dictionary with CD-Rom**. Seventh Edition. Oxford, UK: Oxford University Press, 2007.

QUINTO SEMESTRE

		SIGLA	DENOMINAÇÃO	SEMANAL	SEMESTRAL
5º semestre	TGI-051	Programa de Integração Multidisciplinar em Tecnologia – PRIMT V	4	80	
		Inteligência de Mercado e Pesquisa de Marketing	4	80	
		Marketing Digital E-commerce	4	80	
		Sistemas da Informação Comercial	2	40	
		Marketing de Relacionamento	2	40	
		Direito do Consumidor	2	40	
		Gestão Estratégica	4	80	
	LIN-503	Inglês V	2	40	
Totais			24	480	

Programa de Integração Multidisciplinar em Tecnologia - PRIMT V

Aulas Semestrais: 80 horas aulas

Objetivos: Proporcionar a interdisciplinaridade e a transversalidade dos temas abordados em todas as disciplinas do semestre a ser implementado. Alicerçada na metodologia de aplicação prática, orientar os alunos na construção progressiva de um Plano de Negócio.

Ementa: As atividades deverão fomentar o conhecimento no que diz respeito ao entendimento das seguintes etapas do plano de negócios: análise setorial e de competidores; análise do mercado-alvo; descrição dos produtos/serviços e do negócio; benefícios e diferenciais; estratégia de produto; objetivo de marketing.

Bibliografia Básica:

BARON, Robert A.; SHANE, Scott A. **Empreendedorismo**: Uma visão do processo. São Paulo, SP: Cengage Learning, 2007.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo**: Transformando Ideias em Negócios. 6. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2016.

DORNELAS, José. **Introdução ao empreendedorismo**: desenvolvendo habilidades para fazer acontecer. São Paulo, SP: Empreende, 2018.

Bibliografia Complementar:

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo na prática**: mitos e verdades do empreendedor de sucesso. 3. ed. Rio de Janeiro, RJ: LTC, 2015.

MENDES, Jerônimo. **Empreendedorismo 360º**: a prática na prática. 3. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2017.

TEIXEIRA, Tarcisio, LOPES, Alan (coords.). **Startups e inovação**: direito no empreendedorismo (Entrepreneurship Law). Barueri, SP: Manole, 2017.

Inteligência de Mercado e Pesquisa de Marketing

Aulas Semestrais: 80 horas aulas

Objetivos: Promover o entendimento da importância da informação para as decisões empresariais e mercadológicas e capacitar o aluno a planejar e executar um projeto de pesquisa de marketing.

Ementa: A importância da informação para a tomada de decisões. O Sistema de Informações Gerenciais. O projeto de pesquisa de marketing. Definição do problema e dos objetivos de pesquisa; Metodologia de pesquisa: fonte de dados; natureza, tipo e método de pesquisa; método e instrumento de coleta de dados; amostragem. Execução da pesquisa: trabalho de campo, processamento dos dados e análise.

Bibliografia Básica:

AAKER, David A.; KUMAR, V.; DAY, George S. **Pesquisa de marketing**. São Paulo, SP: Atlas, 2004.

MALHOTRA, Naresh K. **Introdução à pesquisa de marketing**. São Paulo, SP: Pearson, 2005.

MATTAR, Fauze N.; OLIVEIRA, Bráulio; MOTTA, Sérgio L. S. **Pesquisa de marketing**: metodologia, planejamento, execução e análise. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, 2014.

Bibliografia Complementar:

CHIUSOLI, Cláudio L.; IKEDA, Ana A. **Sistema de informação de marketing (SIM)**: ferramenta de apoio com aplicações à gestão empresarial. São Paulo, SP: Atlas, 2010.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. Porto Alegre, RS: Bookman, 2006.

SAMARA, Beatriz S.; BARROS, José C. de. **Pesquisa de marketing**: conceitos e metodologia. São Paulo, SP: Pearson Prentice Hall, 2007.

Marketing de Relacionamento

Aulas Semestrais: 40 horas aulas

Objetivos: Familiarizar o aluno sobre a importância do marketing de serviços na economia. Desenvolver capacidade crítica sobre os serviços com foco do e no cliente. Entender e avaliar as etapas da experiência do consumo de um determinado produto ou serviço.

Ementa: Demonstrar o contexto e evolução dos serviços na economia. Esquematizar a base conceitual do Marketing de Serviços, bem como suas características e classificações. Compreender o serviço como elemento do Marketing-Mix relacionando com foco do cliente: comportamento, expectativas e satisfação. Compreender a base de relacionamentos com clientes, reclamações e recuperação em serviços. Estimar a precificação de serviços aplicada às estratégias de Marketing de Serviço.

Bibliografia Básica: ZEITHAML, Valerie A.; BITNER, Mary Jo; GREMLER, Dwayne D., **Marketing de serviços**: a empresa com foco no cliente. Porto Alegre: Amgh, 2014.

LEITÃO, Luiz Fernando Mello, **Tamanho não é documento**: marketing de relacionamento para as pequenas empresas conquistarem de vez seus clientes. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2010.

KOTLER, Philip, **Marketing de crescimento**: 8 estratégias para conquistar mercados/ Philip Kotler & Milton Kotler; tradução Afonso Celso da Cunha. Rio de Janeiro: Elsevier: Campus, 2013.

Bibliografia Complementar:

BROWN, Stanley A.; GORGA, Juliana Machado; ASSUMPÇÃO FILHO, Milton Mira de, **CRM customer relationship management**: uma ferramenta estratégica para o mundo e-business. São Paulo: Makron Books, 2001.

BARRETO, Iná Futino, **Marketing de relacionamento**: como implantar e avaliar resultados. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2013.

MOREIRA, Júlio César Tavares; GOBE, Antonio Carlos, **Serviços de marketing**: um diferencial competitivo. São Paulo: Saraiva, 2008.

SABATINO, Luiz, **Fidelização: a ferramenta de marketing que promove relacionamentos duradouros com os clientes**. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso, 2003.

PASSARELLI, Silvio, **O universo do luxo**: marketing e estratégia para o mercado de bens e serviços de luxo. Barueri: Manole, 2010.

Marketing Digital e E-Commerce

Aulas Semestrais: 80 horas aulas

Objetivo: Identificar e examinar as operações e ferramentas que caracterizam e sustentam os negócios eletrônicos. Identificar oportunidades no meio digital para impulsionar os negócios; explorar as redes sociais para a ação comercial; encontrar vantagens de aplicativos móveis já existentes para os negócios;

Ementa: A Internet como um Canal de Negócios. Visão Geral, Modelos e Estratégias de desenvolvimento de negócios eletrônicos. Transações Monetárias on-line e Dinheiro Digital. Segurança na Internet. Marketing eletrônico. Relacionamento virtual com o Cliente. Distribuição Eletrônica de Serviços e Produtos. Logística para Negócios Eletrônicos. Governo eletrônico. Estudo de Casos. Web 2.0 x Web 1.0; Redes Sociais x Softwares Sociais; Interação e colaboração em redes online; Avaliação de aplicativos para utilização no contexto comercial. Tecnologias Móveis. Aprendizagem móvel e ubíqua.

Bibliografia Básica:

COSTA, G. C. G. **Negócios Eletrônicos**. São Paulo: IBPEX, 2007. WOLBER, D. **App Inventor 2: create your own Android Apps**. Estados Unidos: Editora Oreilly & Assoc. 2014. **Android Apps with App Inventor: The Fast and Easy Way to Build Android Apps** - Kloss, Jörg H, Addison Wesley, 2012. **Building Android Apps in Easy Steps: Using App Inventor** - McGrath, Mike, www.ineasysteps.com, 2012.

Bibliografia Complementar: ALBERTIN, A. L. **Comércio Eletrônico**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2004. CHAFFEY, D. **E-Business and e-commerce management strategy implementation and practice**. USA: Prentice-Hall, 2006. NORRIS, G.; HURLEY, J. R. **E-Business e ERP**. São Paulo: Qualitymark, 2001. TURBAN, E.; KING, D. **Comércio Eletrônico: estratégia e gestão**. São Paulo: Prentice-Hall, 2004. BARRABÁSI, A.L. **Linked: A nova ciência das networks**. Tradução de Jonas Pereira dos Santos. São Paulo: Leopardo Editora, 2009. RICHARDSON, Chris. **POJOs em Ação: Como Desenvolver Aplicações Corporativas com Frameworks Leves**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2007. ALBERTIN, A. L. **Comércio Eletrônico**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2004. TURBAN, E.; KING, D. **Comércio Eletrônico: estratégia e gestão**. São Paulo: Prentice-Hall, 2004.

Sistemas da Informação Comercial

Aulas Semestrais: 40 horas aulas

Objetivos: Conhecer sistemas da informação específicos de Marketing e sua importância no processo de decisão para a gestão da Administração de Marketing.

Ementa: Sistemas da Informação Comerciais; Informações operacionais, gerenciais e estratégicas em Marketing; Modelo de dados de sistemas de E-Marketing (propaganda, vendas, faturamento, gestão de clientes); Extração de informações para tomada de decisão; Simulações de sistemas de Marketing.

Bibliografia Básica:

LAUDON, Kenneth; LAUDON, Jane. **Sistemas de Informações Gerenciais**. 7. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.
O'Brien, James A. **Sistemas de informação e as decisões gerenciais na área da internet**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.
STAIR, Ralph M.; REYNOLDS, George W. **Princípios de Sistemas de Informação**. 4. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2002.

Bibliografia Complementar:

BROWN, Stanley A. CRM – **Customer Relationship Management**. São Paulo: Makron Books, 2001.
CARDOSO, Mário Sérgio. **CRM em ambiente e-business: como se relacionar com clientes, aplicando novos recursos na Web**. São Paulo: Atlas, 2001
ETZEL, Michael J. **Marketing**. São Paulo: Makron Books, 2001.
KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
YANAZE, Mitsuru Higuchi. **Gestão de Marketing: avanços e aplicações**. São Paulo: Saraiva, 2006.
DE MASI, Domenico. (org.). **A emoção e a regra: os grupos criativos na Europa de 1850 a 1950**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1997.

Direito do Consumidor

Aulas Semestrais: 40 horas aulas

Objetivos: Entender os conceitos e princípios da legislação consumerista brasileira. Analisar situações problema, aplicando os princípios do Direito do Consumidor. Analisar e discutir doutrina e jurisprudência sobre a responsabilização civil na legislação consumerista.

Ementa: Conceitos e princípios no Código de Defesa do Consumidor (CDC). Âmbito de aplicação das normas de Direito do Consumidor. Contratos de consumo. Esferas de responsabilização e sanções no CDC. Responsabilidade civil no âmbito do Direito do Consumidor. Proteção do consumidor em juízo.

Bibliografia Básica:

BENJAMIN, Antonio Herman v.; Marques, Cláudia Lima; Bessa, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. 5. ed. Revista dos Tribunais, 2012.
CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Direito do Consumidor**. 4. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2014.
GRINOVER, Ada Pellegrini *et al.* **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado pelos Autores do Anteprojeto**. 11. ed. Rio de Janeiro, RJ: Forense, 2017.

Bibliografia Complementar:

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**, 6. ed. Revista dos Tribunais, 2006.
NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. 11. ed. São Paulo, SP: Saraiva, 2017.
SANSEVERINO, Paulo de Tarso Vieira. **Responsabilidade civil no Código do Consumidor e a defesa do fornecedor**. 3. ed. São Paulo, SP: Saraiva, 2010.

Gestão Estratégica

Aulas Semestrais: 80 horas aulas

Objetivos: Identificar, aplicar e gerenciar os processos de planejamento e de gestão estratégica.

Ementa: Definição de Estratégia; A evolução do pensamento estratégico. Conceitos de missão, visão e valores. Análise do Ambiente Empresarial; Ferramentas de gestão estratégica. Construção de cenários. Metodologia e técnicas para construção de mapas estratégicos. Formulação de Estratégias. Implementação de Estratégias. Controle de Estratégias.

Bibliografia Básica:

IRELAND, R. Duane; HOSKISSON, Robert E.; HITT, Michael A. **Administração Estratégica**. São Paulo, SP: Cengage Learning, 2015.
KAPLAN, Robert S. **Mapas Estratégicos: Balanced Scorecard**. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, 2004.
MINTZBERG, Henry; QUINN, James Brian; LAMPEL, Joseph; GHOSHAL, Sumantra. **O Processo da Estratégia: Conceitos, Contextos e Casos Selecionados**. 4. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2011.

Bibliografia Complementar:

BETHLEM, Agrícola. **Estratégia Empresarial**. São Paulo, SP: Atlas, 2004.
 GHEMAWAT, Pankaj. **A Estratégia e o Cenário de Negócios**. Porto Alegre, RS: Bookman, 2007.
 HAMEL, Gary, PRAHALAD, C.K. **Competindo pelo Futuro**. Rio de Janeiro, RJ: Campus, 2005.
 LOBATO, David Menezes. **Estratégia de Empresas**. Rio de Janeiro, RJ: FGV, 2009.
 PORTER, M. **Estratégia Competitiva**. Rio de Janeiro, RJ: Campus, 2005.

Inglês V

Aulas Semestrais: 40 horas aulas

Objetivos: Fazer uso das habilidades linguístico-comunicativas com maior espontaneidade e confiança. Fazer uso de estratégias argumentativas. Acompanhar reuniões e apresentações orais simples e tomar nota de informações. Redigir correspondência comercial em geral. Compreender informações em artigos acadêmicos e textos técnicos específicos da área. Aperfeiçoar a entoação e o uso dos diferentes fonemas da língua, de forma a garantir a inteligibilidade nos contatos em ambiente profissional, tanto pessoalmente quanto ao telefone.

Ementa: Aprofundamento da compreensão e produção oral e escrita com a utilização de funções sociais e estruturas mais complexas da língua. Ênfase escrita e na oralidade, atendendo às especificidades acadêmico-profissionais da área e abordando aspectos socioculturais da língua inglesa.

Bibliografia Básica:

GRANT, David; HUDSON, Jane. **Business Result**. Oxford University Press, 2009.
 IBBOTSON, Mark; STEPHENS, Bryan. **Business Start-up: Student Book 2**. Cambridge: Cambridge University Press, 2015.
 OXENDEN, Clive et al. **American English File: Student's Book 2**. New York, NY: Oxford University Press, 2018.

Bibliografia Complementar:

HUGES, John et al. **Business Result: Advanced Student Book Pack**. New York: Oxford University Press, 2009.
 RICHARDS, Jack C. **Interchange: Student's Book 2**. Third Edition. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.
 CAMBRIDGE. **Cambridge Advanced Learner's Dictionary with CD-Rom**. Third Edition. Cambridge: Cambridge University Press, 2007.
 POSITIVO INFORMÁTICA. **Tell Me More – Nível Avançado**. Curitiba, 2007.

SEXTO SEMESTRE

SIGLA		DENOMINAÇÃO	SEMANAL	SEMESTRAL
6º semestre	TGI-061	Programa de Integração Multidisciplinar em Tecnologia – PRIMEIRO VI	4	80
		Gestão de Varejo	4	80
		Desenvolvimento de Negócios	4	80
		Gestão de Risco	4	80
		Gestão de Custo e Formação de Preço de Venda	2	40
		Direito Comercial e Tributário	2	40
		Tecnologia da Informação e Comunicação	2	40
	LIN-600	Inglês VI	2	40

Programa de Integração Multidisciplinar em Tecnologia PRINT VI

Aulas Semestrais: 80 horas aulas

Objetivos: Proporcionar a interdisciplinaridade e a transversalidade dos temas abordados em todas as disciplinas do semestre a ser implementado. Alicerçada na metodologia de aplicação prática, orientar os alunos na construção progressiva de um Plano de Negócio.

Ementa: As atividades deverão fomentar o conhecimento no que diz respeito ao entendimento do plano de negócios no seu todo, bem como, dar suporte à apresentação do negócio proposto, na Mostra de Planos de Negócio. A finalização do trabalho deve culminar em um produto tecnológico.

Bibliografia Básica:

BARON, Robert A.; SHANE, Scott A. **Empreendedorismo:** Uma visão do processo. São Paulo, SP: Cengage Learning, 2007.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo:** Transformando Ideias em Negócios. 6. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2016.

DORNELAS, José. **Introdução ao empreendedorismo:** desenvolvendo habilidades para fazer acontecer. São Paulo, SP: Empreende, 2018.

Bibliografia Complementar:

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo na prática:** mitos e verdades do empreendedor de sucesso. 3. ed. Rio de Janeiro, RJ: LTC, 2015.

MENDES, Jerônimo. **Empreendedorismo 360º:** a prática na prática. 3. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2017.

TEIXEIRA, Tarcisio, LOPES, Alan (coords.). **Startups e inovação:** direito no empreendedorismo (Entrepreneurship Law). Barueri, SP: Manole, 2017.

Gestão de Varejo

Aulas Semestrais: 80 horas aulas

Objetivos: Apresentar as especificidades da gestão de um empreendimento varejista, propiciando ao aluno administrar empreendimentos atuais e desenvolver novos negócios varejistas.

Ementa: A importância do varejo no contexto econômico brasileiro. Tipos de varejo. A gestão da informação no varejo. Gestão financeira em varejo. Gestão de pessoas em varejo. Gestão de mercadorias e serviços. Gestão de compras e de logística. Gestão de categorias. Decisões de localização e ponto. Trade marketing. Decisões de preço. Decisões de comunicação. Particularidades do varejo eletrônico.

Bibliografia Básica:

MATTAR, Fauze N. **Administração de varejo.** Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, 2011.

MERLO, Edgard Monforte (Org.). **Administração de varejo com foco em casos brasileiros.** Rio de Janeiro, RJ: LTC, 2011.

PARENTE, Juracy; BARKI, Edgard. **Varejo no Brasil:** gestão e estratégia. São Paulo, SP: Atlas, 2014.

Bibliografia Complementar:

BERNARDINO, Eliane de C.; PACANOWSKI, Mauro; KHOURY, Nicolau; REIS, Ulysses. **Marketing de varejo.** Rio de Janeiro, RJ: Editora FGV, 2011.

LEVY, M.; WEITZ, B. A. **Administração de varejo.** São Paulo, SP: Atlas, 2000.

STREHLAU, Vivian I.; TELLES, Renato. **Canais de marketing & distribuição.** São Paulo, SP: Saraiva, 2006.

Desenvolvimento de Negócios

Aulas Semestrais: 80 horas aulas

Objetivos: Oferecer uma visão panorâmica de tópicos importantes que envolvem a gestão e desenvolvimento de novos negócios, propondo um convite ao mundo do empreendedorismo, tornando

Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

o aluno apto a pensar e criar possibilidades de novos negócios através da perspectiva de uma gestão pautada por desafios e pela importância de uma gestão inovadora e capacitada.

Ementa: Oportunidades de Negócios; Mapeamento de Mercado; Franquias; Avaliação de novos Negócios; Startup; Lean Startup; Processo de construção de uma startup.

Bibliografia Básica:

BLANK, Steve; DORF, Bob. **Startup: manual do empreendedor**. Alta Books Editora, 2014.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios**. 6. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2016.

FARAH, Osvaldo Elias; CAVALCANTI, Marly; MARCONDES, Luciana Passos. **Empreendedorismo Estratégico: Criação e Gestão de Pequenas Empresas**. 2. ed. São Paulo: Cangage Learning, 2018.

Bibliografia Complementar:

GRANT, Adam. **Originais: Como os inconformistas mudam o mundo**. Sextante, 2017.

MAGALDI, Sandro; NETO, José Salibi. **Gestão do Amanhã: Tudo o que você precisa saber sobre gestão, inovação e liderança para vencer na 4a Revolução Industrial**. Editora Gente Liv e Edit Ltd, 2018.

RIES, Eric. **A startup enxuta**. Leya, 2012.

RIES, Eric. **O estilo startup: Como as empresas modernas usam o empreendedorismo para se transformar e crescer**. Leya, 2018.

Gestão de Risco

Aulas Semestrais: 80 horas aulas

Objetivos: Proporcionar aos alunos um consistente embasamento conceitual associado à aplicação prática, relacionado à gestão de riscos corporativos, controles internos, *compliance*, gestão de crise, contribuindo de modo relevante para a estratégia organizacional.

Ementa: GRC: Conceitos e Benefícios; Principais finalidades do gerenciamento de risco; Papeis e Responsabilidades; Frameworks e Modelos de Referência para Gerenciamento de riscos; COSO; ERM; FERMA; ISO 31000; Modelos de referência em Gerenciamento de Riscos; COBIT - Control Objectives for Information and related Technology; Estratégia de Implementação; Identificação e Classificação dos Riscos; Avaliação dos Riscos; Mensuração dos Riscos; Tratamento dos Riscos; Monitoramento dos Riscos; Informação e Comunicação. Gestão de crise.

Bibliografia Básica:

CANDELORO, Ana Paula P.; RIZZO, Maria Balbina Martins de; PINHO, Vinícius. **Compliance 360º: riscos, estratégias, conflitos e vaidades no mundo corporativo**. São Paulo, SP: Trevisan Editora Universitária, 2012.

LIMA, Fabiano Guasti. **Análise de Riscos**. 2. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2018.

RAMOS, César. **Gestão de riscos corporativos: Como integrar a gestão dos riscos com a estratégia, a governança e o controle interno?** 2. ed. Rio de Janeiro, RJ: César Ramos & Cia Ltda, 2018.

Bibliografia Complementar:

INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA. **Guia de orientação para o gerenciamento de riscos corporativos** (série de cadernos de governança corporativa, 3). São Paulo, SP: IBGC, 2007.

LIMA, Fabiano Guasti. **Análise de Riscos**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2018.

PADOVEZE, Clóvis Luís; BERTOLUCCI, Ricardo Galinari. **Gerenciamento do risco corporativo em controladoria: Enterprise Risk Management (ERM)**. São Paulo, SP: Editora Atlas, 2000.

Gestão de Custo e Formação de Preço de Venda

Aulas Semestrais: 40 horas aulas

Objetivos: Saber como formar preço de venda sob diferentes situações competitivas e de percepção de valor pelos clientes, bem como considerando os custos do produto ou serviço. Esta disciplina trata da formação de preços de venda considerando quatro aspectos fundamentais: custos, composto de marketing, concorrentes e clientes.

Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

Ementa: Abordagem introdutória à contabilidade de custos. Custeio direto ou absorção. Controle e custeio dos materiais. Controle e custeio de mão-de-obra. Custos Indiretos de Fabricação (CIF). Taxas pré-determinadas de CIF. Sistema de acumulação de custos por ordem de produção. Sistema de acumulação de custos processo. Introdução ao custeio baseado em atividades – ABC. Formação de Preço. Para isso, serão abordadas as diferentes modalidades de custeio, a estrutura de mercado, implicações quanto à natureza do produto ou serviço, os diferentes tratamentos da concorrência e a vantagem competitiva da empresa, além de considerações sobre o tipo de cliente e sua percepção de valor.

Bibliografia Básica:

MEGLIORINI, Evandir. **Custos: análise e gestão**. 2. ed. São Paulo, SP: Pearson, 2011. LEONE, George Sebastião Guerra. **Custos: planejamento, implantação e controle**. 3. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2013. GITOMER, Jeffrey H. **Customer satisfaction is worthless, customer loyalty is priceless: how to make customers love you, keep them coming back and tell everyone they know**. Austin, Tex: Bard Press, 2012.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de Custos**. 9 ed, São Paulo: Atlas, 2008

Bibliografia Complementar:

BRUNI, Adriano Leal; FAMÁ, Rubens. **Gestão de Custos e Formação de Preços: com aplicação na calculadora HP e no Excel**. 3 ed, São Paulo: Atlas, 2004.

CREPALDI, Silvio Aparecido. **Curso Básico de Contabilidade de Custos**. 3 ed, São Paulo: Atlas, 2004.

HORNGREN, Charles T.; DATAR, Srikant M.; FOSTER, George. **Contabilidade de Custos: Uma Abordagem Gerencial**. 11 ed, São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004. LEONE, George Sebastião Guerra. **Custos: planejamento, implantação e controle**. 3 ed, São Paulo: Atlas, 2000.

Direito Comercial e Tributário

Aulas Semestrais: 40 horas aulas

Objetivos: Apresentar conhecimentos básicos de Direito Comercial e Tributário, necessários ao desempenho da profissão de Gestor Comercial.

Ementa: Sistema Tributário Nacional. Fato Gerador. Tipos de tributos. Princípios e Espécies tributárias. Administração tributária. Contrato de Trabalho. Jornada de Trabalho. Salário e Remunerações. Direitos elementares trabalhistas. Noções jurídicas de Empresário e Empresa, Estabelecimento e Ponto. Sociedades empresárias. Contratos Empresariais.

Bibliografia Básica:

DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. **Direito Administrativo**. São Paulo: Atlas, 2000.

NASCIMENTO, A. M. **Iniciação ao Direito do Trabalho**, 26.ed. São Paulo: LTR, 2000.

SABBAG, Eduardo. **Manual de direito Tributário**. 4.ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

Bibliografia Complementar:

PALAIÁ, NELSON. **Noções Essenciais de Direito**. 3.ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

MONTORO, A. F. **Introdução à Ciência do Direito**, 25.ed. São Paulo: VCR Tribunais, 1999.

MAZZA, Alexandre. **Manual de Direito Administrativo**. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

BRASIL. **Código tributário nacional e constituição federal**.

CESPEDES, Livia; PINTO, Antônio Luiz de; WINDT, Márcia Cristina Vaz dos Santos (orgs). São Paulo: Saraiva, 2008.

FAZZIO JÚNIOR, Waldo. **Manual de Direito Comercial**. São Paulo: Atlas, 2008.

COELHO, Sacha Calmon Navarro. **Curso de direito tributário brasileiro**. São Paulo: Forense. 2005.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de direito comercial I**. São Paulo: Saraiva, 2005.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de direito comercial II**. São Paulo: Saraiva, 2008.

FAZZIO JÚNIOR, Waldo. **Fundamentos do direito comercial: empresário, sociedade empresarial, títulos de crédito**. São Paulo: Atlas, 2004.

Tecnologia da Informação e Comunicação

Aulas Semestrais: 40 horas aulas

Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

Objetivos: Compreender as soluções tecnológicas, envolvendo hardware e software, que efetivamente tragam benefícios tangíveis para a empresa e que comprovadamente reduzam os custos operacionais, que ajudem a aumentar as vendas, que melhorem a qualidade dos produtos e serviços entregues aos clientes, que melhorem as condições de trabalho, que ajudem a lançar rapidamente novos produtos e serviços, enfim, que aumentem as margens de lucro das organizações.

Ementa: A Tecnologia da Informação dividida de acordo com as seguintes áreas: Hardware e seus componentes; Software e seus meios; Sistemas de telecomunicações; Gestão de informações e de dados. Potencialidade das novas tecnologias. As tendências em Inteligência artificial, computação móvel, gestão de T.I.C. e do conceito 4.0.

Bibliografia Básica:

VELOSO, Renato. Tecnologia da informação e comunicação: desafios e perspectivas. São Paulo, SP: Saraiva, 2011.

REZENDE, Denis Alcides Rezende; ABREU, Aline França de. Tecnologia da Informação Aplicada a Sistemas de Informação Empresariais: O Papel Estratégico da Informação e dos Sistemas de Informação nas Empresas. 9. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2013.

MOLINARO, Luís Fernando Ramos; RAMOS, Karoll Haussler Carneiro. Gestão de tecnologia da informação: governança de TI: arquitetura e alinhamento entre sistemas de informação e o negócio. Rio de Janeiro, RJ: LTC, 2011.

Bibliografia Complementar:

AKABANE, Getulio K. Gestão estratégica da tecnologia da informação: conceitos, metodologias, planejamento e avaliações. São Paulo, SP: Atlas, 2012.

DAY, George S. et al. Gestão de tecnologias emergentes [recurso eletrônico]: a visão de Wharton School. Porto Alegre, RS: Bookman, 2010.

MATTOS, João Roberto Loureiro; GUIMARÃES, Leonam dos Santos. Gestão da tecnologia e inovação: uma abordagem prática. 2. ed. São Paulo, SP: Saraiva, 2012.

Inglês VI

Aulas Semestrais: 40 horas aulas

Objetivos: Fazer uso das habilidades linguístico-comunicativas com mais autonomia, eficiência e postura crítico-reflexiva. Aperfeiçoar as estratégias argumentativas, participar de reuniões e apresentações orais simples. Interagir em contextos de socialização e entretenimento. Redigir textos técnicos e acadêmicos. Compreender informações em artigos acadêmicos e textos técnicos específicos da área. Aperfeiçoar a entoação e o uso dos diferentes fonemas da língua, de forma a garantir a inteligibilidade e a fluência nos contatos em ambiente profissional, tanto pessoalmente quanto ao telefone.

Ementa: Aprimoramento da compreensão e produção oral e escrita por meio de funções sociais e estruturas mais complexas da língua desenvolvidas na disciplina Inglês V. Ênfase na oralidade, atendendo às especificidades acadêmico-profissionais da área e abordando aspectos socioculturais da língua inglesa.

Bibliografia Básica:

GRANT, David; HUDSON, Jane. **Business Result**. Oxford University Press, 2009.

Bibliografia Complementar:

OXENDEN, Clive *et al.* **American English File: Student's Book 2**. New York, NY: Oxford University Press, 2008.

RICHARDS, Jack C. **Interchange: Student's Book 3**. Third Edition. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.

MURPHY, Raymond. **Advanced Grammar in Use CD-Rom with answers**. 3.ed. Cambridge, 2007.

POSITIVO INFORMÁTICA. Tell Me More – Business. Curitiba: Positivo, 2007.

Estágio Curricular Supervisionado

Objetivos: Analisar situações e propor mudanças no ambiente organizacional; complementar o processo ensino-aprendizagem, por meio da conscientização das deficiências individuais e incentivar a busca do aprimoramento pessoal e profissional. O estágio deve servir como "mapeamento" da realidade profissional, aproximando os conhecimentos acadêmicos das práticas de mercado; criar oportunidades para conhecer as organizações e saber como elas funcionam; incentivar as potencialidades individuais, proporcionando o surgimento de profissionais empreendedores; promover a integração da IES/Empresa/Comunidade; servir como meio de reconhecimento das atividades de pesquisa e docência; buscar colocação profissional junto ao mercado de trabalho, de acordo com a área de interesse do aluno.

Ementa: Aplicação dos conhecimentos teóricos adquiridos na IES por meio da vivência em situações reais de desempenho da futura profissão. Atividades práticas, relacionadas com a área profissional, desenvolvidas em empresas da comunidade, sob orientação e supervisão da Faculdade.

Bibliografia

OLIVO, S; LIMA, M C. **Estágio Supervisionado e Trabalho de Conclusão de Curso**. São Paulo: Thomson Pioneira, 2006.

Trabalho de Graduação

Objetivos: Desenvolver um projeto de estudos individual com a abordagem de assuntos relativos ao Curso de Graduação

Ementa: O projeto de Graduação (Conclusão de Curso) é uma exigência curricular na formação acadêmica e profissional dos Cursos de Tecnologia e consiste no desenvolvimento de um projeto de estudo individual sobre temas do conteúdo dos cursos e relacionado à prática profissional do aluno.

Bibliografia Básica:

MARTINS Junior, Joaquim. **Como Escrever Trabalhos de Conclusão de Curso**. Petrópolis: Vozes, 2008.

MENDES, G; TACHIZAWA, T. **Como fazer monografia na prática**. Rio de Janeiro: FGV, 2008.

OLIVEIRA, Maria Marly de. **Como fazer projetos**. Rio de Janeiro: Campus, 2008.

Bibliografia Complementar:

GREENHALGH, Trisha. **Como ler artigos científicos**. Porto Alegre: Artmed, 2008.

SCHLITTLER, Jose Maria Martins. **Como fazer monografias**. Campinas: Servanda, 2008.

SEVERINO, A.J. **Metodologia do Trabalho Científico**. 23. ed. rev. e ampl. São Paulo: Cortez, 2008.

2.2 - PROJETO INTEGRADOR

PRIMT - Programa de Integração Multidisciplinar em Tecnologia - Integra as disciplinas de cada semestre por meio de pesquisa, monografia, projeto ou outra forma de desenvolvimento que corrobore para a formação sistêmica e holística do aluno dando-lhe condições de perceber a interação entre várias áreas de conhecimento, e simultaneamente preparando-o a cada semestre para a elaboração de seu Projeto de Conclusão de Curso.

O PRIMT, iniciativa pioneira da Direção da Faculdade de Tecnologia de Itaquaquecetuba, objetiva proporcionar ao aluno a oportunidade de transcender o ambiente teórico das salas de aula e empreender uma experiência pragmática, aplicando em situações reais as habilidades e os conhecimentos ali desenvolvidos, visando construir as competências profissionais e posturas adequadas ao mundo do trabalho.

O PRIMT é desenvolvido ao longo de todos semestres letivos do curso e tem por objetivo romper com o paradigma do ensino compartimentalizado, promovendo a integração das disciplinas, através da

Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

demonstração das nem sempre evidentes relações entre as várias áreas de conhecimento em uma experiência rica e gratificante.

DA NATUREZA DO PRIMT

O PRIMT será realizado por equipes de alunos, nos primeiros semestres e por equipe ou individualmente nos dois últimos semestres, promovendo o exercício da cooperação e convivência em grupos de trabalho, simulando a realidade do ambiente profissional.

O PRIMT se constituirá em um elemento importante de avaliação de desempenho acadêmico e comporá parcela relevante na sua composição final.

O PRIMT se constituirá de um trabalho de pesquisa ou projeto, de caráter monográfico.

DA ORIENTAÇÃO DOS PROFESSORES

Caberá aos professores das disciplinas integrantes do PRIMT orientar o desenvolvimento do trabalho quanto ao seu conteúdo, itens específicos a serem abordados, forma de apresentação e especificações técnicas pertinentes e desenvolver os projetos de acordo com os eixos temáticos (tópicos geradores de conhecimento) de cada semestre.

DA PESQUISA, MONOGRAFIA OU PROJETO.

A pesquisa, monografia ou projeto será realizada de acordo com as orientações de disciplina específica, que abordará a metodologia a ser empregada e critérios para a obtenção de dados, informações e elaboração de resultados.

DAS REGRAS DOS SEMESTRES

A pesquisa deverá seguir o eixo temático de cada semestre, abordando os tópicos geradores do conhecimento, a saber:

1º Semestre – Eixo ADMINISTRAÇÃO/METODOLOGIA – O aluno fará uma revisão sistemática da literatura (somente pesquisa bibliográfica), produzindo um relatório de pesquisa.

2º Semestre – Eixo ORGANIZAÇÃO/PROCESSOS – O aluno desenvolverá a pesquisa articulando levantamento bibliográfico e atividades de campo.

3º Semestre – Eixo FINANÇAS/CONTROLE – O aluno desenvolverá a pesquisa articulando levantamento bibliográfico (atentando à busca de possíveis novas formas de citação) e atividades de campo.

4º Semestre – Eixo PESSOAS – O aluno desenvolverá a pesquisa articulando levantamento bibliográfico e atividades de campo e discutindo metodologia e estrutura de trabalho técnico-científico.

5º Semestre – Eixo MARKETING – O aluno desenvolverá o projeto individualmente ou em grupo. O resgate das contribuições da metodologia e da estrutura da pesquisa científica se consolidam na apresentação de seminários de exposição dos temas, podendo, inclusive, usar algum dos eventos para discutir suas ideias para o Projeto de Graduação.

6º Semestre – Eixo GESTÃO/ESTRATÉGIA – O aluno desenvolverá o projeto individualmente ou em grupo. O resgate das contribuições da metodologia e da estrutura da pesquisa científica se consolidam na apresentação de seminários de exposição dos temas, podendo, inclusive, usar algum dos eventos para discutir seus Projetos de Graduação.

DO TRABALHO ESCRITO

° Será desenvolvido com a finalidade de relatar os resultados das análises referentes aos dados obtidos relativos ao objeto da pesquisa.

° No final do semestre o professor deverá recolher todos os trabalhos escritos.

DA ESTRUTURA DO PRIMT

Capa
Resumo e palavras-chave
Abstract and keywords
Resumen y palabras clave
Introdução (objetivos e problema de pesquisa)
Referencial teórico ou Abordagem teórica
Metodologia
Resultados e discussão
Considerações finais
Referências
Apêndices
Anexos

Obs 1: estrutura completa a ser conquistada paulatinamente e completada nos trabalhos dos últimos semestres.

Obs 2: o relatório final de pesquisa deverá ter no máximo 20 (vinte) páginas. Não há limite de páginas para apêndices e anexos.

DA AVALIAÇÃO DO PRIMT

° Na primeira avaliação o grupo de alunos deverá entregar o pré-projeto de pesquisa. O professor fará as devidas correções e entregará um parecer.

° Para a avaliação final, o grupo de alunos entregará o trabalho concluído. O professor fará as devidas correções e entregará um parecer.

° A média final se compõe das duas avaliações. Os alunos reprovados deverão se enquadrar em novos grupos de PRIMT para realizarem outra pesquisa.