ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS
INFORMAÇÕES GERAIS

APRESENTAÇÃO

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

OBJETIVO

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

METODOLOGIA

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

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

APRESENTAÇÃO

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

OBJETIVO GERAL

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

OBJETIVO ESPECÍFICO

• Analisar os tributos fundamentais para o negociador;

• Definir as abordagens facilitadoras da comunicação;

• Descrever as estratégias de gestão e resolução de conflitos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

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

REFERÊNCIA BÁSICA

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

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

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

PERIÓDICOS

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

74	**Ética Profissional**	**30**

APRESENTAÇÃO

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

OBJETIVO GERAL

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

OBJETIVO ESPECÍFICO

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

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

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

REFERÊNCIA BÁSICA

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

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

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

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

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

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

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

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

PERIÓDICOS

BRASIL. Ministério da Educação do. Disponível em: . Acesso em: 10 dez.2011.

75	Pesquisa e Educação a Distância	30

APRESENTAÇÃO

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

OBJETIVO GERAL

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

OBJETIVO ESPECÍFICO

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

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

RELAÇÃO DO ENSINO-APRENDIZAGEM NAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR (IES) 1. OS PILARES DO ENSINO UNIVERSITÁRIO 2. ESTRATÉGIAS DIDÁTICAS PARA A RELAÇÃO ENSINO-APRENDIZAGEM NAS IES 3. LEI Nº 5.540/68 E AS IES EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA: POSSIBILIDADES PEDAGÓGICAS PARA AS IES 1. PAPEL DO PROFESSOR FRENTE ÀS TECNOLOGIAS EDUCACIONAIS 2. TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO E OS CURSOS EAD 3. AMBIENTES VIRTUAIS DE APRENDIZAGEM - 3.1 CIBERCULTURA OU CULTURAL DIGITAL - 3.2 O CIBERESPAÇO - 3.3 AS TIC COMO ESPAÇO DE APRENDIZAGEM - 3.4 MOODLE - 3.5 REDES E INTERNET LETRAMENTO E INCLUSÃO DIGITAL 1. INCLUSÃO DIGITAL 2. TIC E NOVOS PARADIGMAS EDUCACIONAIS 3. CIDADANIA, ÉTICA E VALORES SOCIAIS METODOLOGIA CIENTÍFICA 1. A PEQUISA E SEUS ELEMENTOS - 1.1 ETAPAS DA PESQUISA 2. CLASSIFICAÇÃO 3. MÉTODO DE PESQUISA: 4. TIPOS DE DADOS 5. FASES DO PROCESSO METODOLÓGICO 6. PESQUISA E PROCEDIMENTOS ÉTICOS 7. TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO (TCC)

REFERÊNCIA BÁSICA

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

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

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

PERIÓDICOS

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

264	Administração Complexa e Liderança Coaching	60

APRESENTAÇÃO

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

OBJETIVO GERAL

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

OBJETIVO ESPECÍFICO

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

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

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

REFERÊNCIA BÁSICA

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

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

BAUER, R. Gestão da Mudança: Caos e Complexidade nas Organizações, São Paulo, Editora Atlas, 2009. CUNHA, K. C. Gerenciamento na enfermagem: novas práticas e competências. São Paulo: Martinari; 2005. DUTRA, J. S.

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

PERIÓDICOS

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

342	Consultoria Interna e Tendências Empresariais	60

APRESENTAÇÃO

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

OBJETIVO GERAL

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

OBJETIVO ESPECÍFICO

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

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I - AS TEORIAS DA ADMINISTRAÇÃO 1. SITUAÇÃO ATUAL DA ÁREA DE RECURSOS HUMANOS UNDIADE II - AMBIENTE EXTERNO E INTERNO 1. A NECESSIDADE DE REFORMULAR A ÁREA DE RECURSOS HUMANOS 2. RECURSOS HUMANOS COMO NEGÓCIO 3. VISÃO ESTRATÉGICA DE RECURSOS HUMANOS 4. ENDOMARKETING 5. MISSÃO DA NOVA ÁREA DE RECURSOS HUMANOS UNIDADE III - O PROCESSO DE CONSULTORIA 1. CONSULTORIA ORGANIZACIONAL 1.1 CONSULTOR AUTÔNOMO 1.2 CONSULTOR ASSOCIADO 1.3 CONSULTOR EXTERNO 1.4 CONSULTOR EXCLUSIVO/PARTICULAR 1.5 CONSULTOR INTERNO 2. O PROCESSO DE CONSULTORIA INTERNA DE RECURSOS HUMANOS 2.1 OBJETIVOS DA CONSULTORIA INTERNA DE RECURSOS HUMANOS 2.2 RISCOS E OPORTUNIDADES NO MODELO DE CONSULTORIA INTERNA UNIDADE IV - GERENTE DE LINHA COMO GESTORES DE RECURSOS HUMANOS 1. O QUE É NECESSÁRIO PARA IMPLANTAR UM PROCESSO DE CONSULTORIA INTERNA DE RECURSOS HUMANOS 5.1 EXECUTANDO UM BENCHMARK 5.2 CONSCIENTIZAÇÃO DE TODOS 5.3 POLÍTICAS DE RECURSOS HUMANOS DEFINIDAS 5.4 CERTIFICAÇÕES PELAS NORMAS ISO-9000 5.5 A APLICAÇÃO DA TÉCNICA DO JOB ROTATION 5.6 SUSTENTAÇÃO ADMINISTRATIVA E FUNCIONAL 5.7 CAPACITAÇÃO DE CADA PROFISSIONAL DE RECURSOS HUMANOS 5.8 DEFINIÇÃO DO PAPEL DE CONSULTOR INTERNO 5.9 PROFUNDO COMPROMETIMENTO DA ALTA DIREÇÃO 5.10 GERENTES DE LINHA COMO GERENTES DE SEUS

RECURSOS HUMANOS 5.11 TORNAR A ÁREA DE RECURSOS HUMANOS UMA BUSINESS UNIT 5.12 O ACOMPANHAMENTO CONSTANTE 5.13 ADEQUAÇÃO DE PERFIS 5.14 VALORIZAR O BACKGROUND E A COMPETÊNCIA INDIVIDUAL 5.15 REVISÕES E AVALIAÇÕES DO PROCESSO 5.16 ADMINISTRAR OS DIFICULTADORES UNIDADE V – CONSULTORIA: AÇÃO COMUM NO MUNDO 1. ABRANGÊNCIA DE RESPONSABILIDADE – UMA DEFINIÇÃO VITAL PARA O ÊXITO DO PROCESSO DE CONSULTORIA 2. INFLUÊNCIA E PODER: SÃO DIFERENTES E PRODUZEM EFEITOS DIFERENTES 3. O APOIO E O COMPROMETIMENTO, NECESSÁRIOS À IMPLEMENTAÇÃO DE AÇÕES, DEVEM ESTAR PACTUADOS DESDE O INÍCIO DE TRABALHO DE CONSULTORIA 4. CARACTERIZANDO O PAPEL E A POSTURA DO CONSULTOR 5. A MULTICIPLINARIDADE COMO FATOR DE SUSTENTAÇÃO DA ATIVIDADE DE CONSULTORIA 6. RECONHECER A PRÓPRIA LIMITAÇÃO É, PARA O CONSULTOR, FATOR GERADOR DE CREDIBILIDADE 7. ASSERTIVIDADE – MESMO QUE ATRAVÉS DO RECONHECIMENTO DA INCOMPETÊNCIA 8. A INTENSIDADE E A FREQUÊNCIA COM QUE O CONSULTOR VIVÊNCIA A CONSULTORIA CONTRIBUEM PARA SUA FORMAÇÃO 9. A ALTERNÂNCIA DE COMPORTAMENTOS ENTRE TEMOR E ESPERANÇA DEVE SER MONITORADA E TRATADA PELO CONSULTOR 10. A FILOSOFIA E O ESTILO DO CONSULTOR SÃO DIFERENCIAIS NA ESCOLHA DO CONSULTANDO 11. CRIAR UM CLIMA DE COOPERAÇÃO É FUNDAMENTAL PARA A REALIZAÇÃO DE INTERVENÇÕES 12. O ESTILO DE VIDA PESSOAL DO CONSULTOR INFLUENCIA SUA ATUAÇÃO PROFISSIONAL 13. AGREGANDO VALOR, A PRESENÇA DE UM CONSULTOR EXTERNO É UMA MODALIDADE DE ATUAÇÃO CONJUNTA 14. AS PREMISSAS DO CONSULTOR 15. DESENVOLVER O COMPROMETIMENTO DO CLIENTE – UMA META SECUNDÁRIA DE TODO ATO DE CONSULTORIA 16. OS PAPÉIS QUE OS CONSULTORES ESCOLHEM UNIDADE VI - DIFERENÇAS IMPORTANTES ENTRE CONSULTORES INTERNOS E EXTERNOS UNIDADE VII - COMPREENDENDO A RESISTÊNCIA 1. AS FACES DA RESISTÊNCIA 2. LIDANDO COM A RESISTÊNCIA 2.1 NÃO ASSUMA QUE É PESSOAL 2.2 RESPOSTAS DE BOA FÉ 3. FAZENDO MALABARISMO COM O PROBLEMA APRESENTADO

REFERÊNCIA BÁSICA

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

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

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

PERIÓDICOS

FISCHER, R M. A modernidade de gestão em tempos do cólera. Revista de Administração. São Paulo: v.27, n.4, p. 58-64, outubro/dezembro 1992.

76	**Metodologia do Ensino Superior**	**30**

APRESENTAÇÃO

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

OBJETIVO GERAL

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

OBJETIVO ESPECÍFICO

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

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

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

REFERÊNCIA BÁSICA

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

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

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

PERIÓDICOS

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

360	Administração e Planejamento Estratégico	45

APRESENTAÇÃO

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

OBJETIVO GERAL

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

OBJETIVO ESPECÍFICO

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

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

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

REFERÊNCIA BÁSICA

CHIAVENATTO, I. Introdução a teoria geral da administração: uma visão abrangente da moderna administração das organizações. 7.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. FERNANDES, B. H. R. Administração estratégica. São Paulo: Saraiva, 2005. JOHNSON, G; SCHOLES, K; WHITTINGTON, R. Fundamentos de Estratégia. 1.ed. Porto Alegre: Bookman, 2011. KAPLAN, R. S.; NORTON, D. P. A Estratégia em Ação: Balanced Scorecard, Rio de Janeiro: Campus, 1997. KOONTZ, H; O'DONNELL, C. Princípios de administração – uma análise das funções administrativas. São Paulo: Pioneira, 1976. LAWRENCE, P. R.; LORSH, J. W. O desenvolvimento das organizações: diagnóstico e ação. São Paulo: Edgard Blücher, 1972. OLIVEIRA, D. R. P. Estratégia empresarial e vantagem competitiva. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

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

PERIÓDICOS

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

572	Gestão Econômica, Financeira e de Custos da Produção	45

APRESENTAÇÃO

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

OBJETIVO GERAL

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

OBJETIVO ESPECÍFICO

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

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

INTRODUÇÃO AOS ESTUDOS DA GESTÃO ECONÔMICA, FINANCEIRA E DE CUSTOS DA PRODUÇÃO OS CONCEITOS FUNDAMENTAIS DA CONTABILIDADE OBJETIVO E OBJETO DE ESTUDO FUNÇÕES INSTRUMENTO DE FISCALIZAÇÃO E CONTROLE PRINCÍPIOS CONTÁBEIS CONTABILIDADE DE CUSTOS TERMINOLOGIAS DE CUSTOS CLASSIFICAÇÃO DOS CUSTOS MÉTODOS DE CUSTEIO E TOMADAS DE DECISÃO A GESTÃO ESTRATÉGICA DOS CUSTOS MÉTODOS DE CUSTEIO SURGIMENTO DO MÉTODO DE CUSTEIO POR ATIVIDADE – ABC O MÉTODO DA UNIDADE DE PRODUÇÃO (UP) A FORMAÇÃO DOS PREÇOS FORMAÇÃO DE PREÇOS BASEADA EM CUSTOS FORMAÇÃO DE PREÇOS BASEADA EM PERCEPÇÃO DE VALOR FORMAÇÃO DE PREÇOS BASEADO NA CONCORRÊNCIA PLANEJAMENTO E CONTABILIDADE FINANCEIRA ADMINISTRADORES INVESTIDORES FORNECEDORES DE BENS E SERVIÇOS A CRÉDITO BANCOS GOVERNO SINDICATOS OUTROS INTERESSADOS O MERCADO FINANCEIRO MERCADO MONETÁRIO MERCADO DE CAPITAIS BANCO DE INVESTIMENTOS MERCADO FINANCEIRO INTERNACIONAL FINANCIAMENTOS: CONCEITO E CLASSIFICAÇÃO VALOR ECONÔMICO AGREGADO (EVA®) E VALOR DE MERCADO AGREGADO (MVA®) VALOR ECONÔMICO AGREGADO (EVA®) VANTAGENS, DESVANTAGENS E DIFICULDADES VALOR DE MERCADO AGREGADO (MVA®)

REFERÊNCIA BÁSICA

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

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

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

PERIÓDICOS

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

77	Metodologia do Trabalho Científico	60

APRESENTAÇÃO

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

OBJETIVO GERAL

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

OBJETIVO ESPECÍFICO

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

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

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

REFERÊNCIA BÁSICA

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

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

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

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

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

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

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

LEHFEL, Neide Aparecida de Souza. Projeto de Pesquisa: propostas metodológicas. Rio de Janeiro: Vozes, 1990.

PERIÓDICOS

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

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

APRESENTAÇÃO

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

OBJETIVO GERAL

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

OBJETIVO ESPECÍFICO

• Qualificar profissionais para atuar no campo da gestão de negócios;

• Estudar o ponto de equilíbrio, margem de segurança, alavancagem;

• Analisar as vantagens da utilização do custeio variável como gerador de informações para tomada de decisão.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

CUSTOS E SUA CLASSIFICAÇÃO QUANTO À NATUREZA QUANTO À FUNÇÃO QUANTO À CONTABILIZAÇÃO QUANTO À APURAÇÃO QUANTO À FORMAÇÃO QUANTO À OCORRÊNCIA MÉTODOS DE CUSTEIO CUSTEIO POR ABSORÇÃO CUSTEIO VARIÁVEL CUSTEIO ABC (DO INGLES ACTIVITYBASED COSTING) CUSTEIO VARIÁVEL ANÁLISE MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO, PEC E ALAVANCAGEM OPERACIONAL VANTAGENS DA UTILIZAÇÃO DO CUSTEIO VARIÁVEL COMO GERADOR DE INFORMAÇÕES PARA TOMADA DE DECISÃO

REFERÊNCIA BÁSICA

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

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

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

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

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

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

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

PERIÓDICOS

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

364	Marketing Empresarial	30

APRESENTAÇÃO

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

OBJETIVO GERAL

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

OBJETIVO ESPECÍFICO

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

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

CONHECIMENTO DE MARKETING EMPRESARIAL FUNDAMENTOS DO MARKETING: CONCEITOS CENTRAIS EVOLUÇÃO DO MARKETING MARKETING NO BRASIL CINCO DÉCADAS DE MARKETING PLANEJAMENTO E ORGANIZAÇÃO DE MARKETING VARIÁVEIS DA MATRIZ PRINCIPAIS INSTRUMENTOS MERCADOLÓGICOS O MACROAMBIENTE DA EMPRESA O MACROAMBIENTE DA EMPRESA COMPOSTO DE ANÁLISE SISTEMA DE INFORMAÇÃO DE MARKETING MODELOS DE SISTEMA DE INFORMAÇÃO DE MARKETING SISTEMA DE

CONTABILIDADE INTERNA SISTEMA DE INTELIGÊNCIA DE MARKETING SISTEMA DE PESQUISA DE MARKETING POSICIONAMENTO E SEGMENTAÇÃO POSICIONAMENTO DE PRODUTOS NO MERCADO SEGMENTAÇÃO DE MERCADO GESTÃO DE PRODUTO E FORMAÇÃO DE PREÇO GESTÃO DE PRODUTO QUALIDADE DO PRODUTO CARACTERÍSTICAS OU ATRIBUTOS VARIÁVEIS FORMAÇÃO DE PREÇO SELECIONAR O MÉTODO PARA A DETERMINAÇÃO DO PREÇO (PRECIFICAÇÃO) FIRMAR O PREÇO FINAL SISTEMA DE DISTRIBUIÇÃO SERVIÇO E RELACIONAMENTO COM O CLIENTE MERCADO GLOBALIZADO E O MARKETING ESTUDOS E TENDÊNCIAS DE MERCADO

REFERÊNCIA BÁSICA

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

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

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

PERIÓDICOS

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

20	**Trabalho de Conclusão de Curso**	**30**

APRESENTAÇÃO

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

OBJETIVO GERAL

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

OBJETIVO ESPECÍFICO

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

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. DELIMITAÇÃO DA PROBLEMÁTICA, OBJETIVOS E LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO; CONSTRUÇÃO DA MATRIZ ANALÍTICA (PROJETO DE TCC); 2. DEFINIÇÃO E DESCRIÇÃO DA METODOLOGIA A SER EMPREGADA NO ESTUDO; 3. MONTAGEM DO PROJETO DE TCC; 4. APRESENTAÇÃO DO PROJETO; 5. COLETA E ANÁLISE

DE DADOS; 6. REDAÇÃO DA DISCUSSÃO DOS RESULTADOS E CONSIDERAÇÕES FINAIS; 7. MONTAGEM FINAL DO TCC; 8. APRESENTAÇÃO DO TCC; 9. AVALIAÇÃO DO TCC; 10. CORREÇÃO E ENTREGA DA VERSÃO FINAL DO TCC.

REFERÊNCIA BÁSICA

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

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

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

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

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

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

PERIÓDICOS

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

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

SUA PROFISSÃO NO MERCADO DE TRABALHO

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