GESTÃO DE NEGÓCIOS
INFORMAÇÕES GERAIS

APRESENTAÇÃO

O curso de pós-graduação em Gestão de Negócios tem a finalidade de gerir recursos financeiros, humanos e tecnológicos em uma perspectiva cada vez mais competitiva onde as decisões devem ser tomadas rapidamente, as organizações precisam de profissionais dotados de uma visão empreendedora focada em resultados expressivos, pautados na valorização do ser humano e no desenvolvimento sustentável.

OBJETIVO

Capacitar profissionais na área de Gestão de Negócios, em nível de especialização na modalidade EAD, para atuarem em empresas e organizações, com ou sem fins lucrativos, dotando-os de conhecimentos fundamentais nas mais diversas áreas das organizações, fazendo uso das diversas ferramentas didático-pedagógicas em especial os ambientes virtuais de aprendizagens em rede, e o trabalho colaborativo na Web, propiciando aos participantes uma visão estratégica e sistêmica, necessária para a atuação empreendedora e inovadora em um ambiente de negócios altamente competitivo e globalizado.

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
360	Administração e Planejamento Estratégico	30

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.

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.

342	Consultoria Interna e Tendências Empresariais	45

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.

343	Empreendedorismo	45

APRESENTAÇÃO

Introdução ao empreendedorismo; Empreendedorismo no Brasil; Tipos de empreendedorismo e suas características; Empreendedorismo de Negócio; Características do comportamento empreendedor; Empreendedorismo Corporativo; Plano de Negócios; Perspectivas para o empreendedorismo.

OBJETIVO GERAL

• Caracterizar a ação empreendedora em todas as suas etapas, ou seja, criar algo mediante a identificação de uma oportunidade, dedicação e persistência na atividade que se propõe a fazer para alcançar os objetivos pretendidos e ousadia para assumir os riscos que deverão ser calculados.

OBJETIVO ESPECÍFICO

• Estabelecer relações entre empreendedorismo, competitividade e crescimento econômico; • Adquiri conhecimentos sobre os tipos de empreendedorismo e suas características; • Planejar, estudar e conhecer os fundamentos sobre plano de negócios.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

EMPREENDEDORISMO, COMPETITIVIDADE E CRESCIMENTO ECONÔMICO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL TIPOS DE EMPREENDEDORISMO E SUAS CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORISMO DE NEGÓCIO CARACTERÍSTICAS DO COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR EMPREENDEDORISMO CORPORATIVO CONCEITOS E APLICAÇÕES PLANO DE NEGÓCIOS PERSPECTIVAS PARA O EMPREENDEDORISMO

REFERÊNCIA BÁSICA

CHIAVENATO, I. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2006. DORABELA, F. O segredo de Luísa. São Paulo: Cultura, 1999. _____, F. Pedagogia empreendedora. São Paulo: Cultura, 2003. DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. DRUCKER, P. F. Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios. São Paulo: Pioneira, 1987. HALLORAN, J. W. Porque os empreendedores falham. São Paulo: Makron Books, 1994. PINCHOT, G. Intrapreneuring: por que você não precisa deixar a empresa para ser um empreendedor. São Paulo: Habra, 1989. SALIM, C. S; HOCMAN, N. Construindo Planos de Negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

BRITTO, Francisco; WEVER, Luiz. Empreendedores brasileiros: vivendo e aprendendo com grandes nomes. Rio de Janeiro: Campus, 2003. CARVALHO, Antônio Pires de. Os empreendedores da nova era. São Paulo: APC Consultores Associados, 1996. CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2005. DOLABELA, Fernando. Oficina do Empreendedor. São Paulo: Cultura, 1999. GRECO, Simara M. de S. S. et al. Empreendedorismo no Brasil: 2005. Curitiba: IBQP, 2006. SOUZA, E. da C. L.; GUIMARÃES, T. A. Empreendedorismo Além do Plano de Negócios. São Paulo: Atlas, 2003.

PERIÓDICOS

Falsas verdades sobre empreendedores. Revista Exame, São Paulo, n. 771, 24 jul. 2002.

76	**Metodologia do Ensino Superior**	**60**

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.

363	Finanças Internacionais	45

APRESENTAÇÃO

Conceitos de consultoria empresarial; Tipos de consultoria existentes; Consultoria externa e Consultoria interna; Fases da Consultoria; Diagnóstico organizacional: modelos conceituais das tendências empresariais; Papel e Postura do Consultor; Ética no processo de consultoria; Reflexão sobre a relevância das tendências empresariais.

OBJETIVO GERAL

• Adquirir conhecimento e desenvolver a compreensão dos conceitos básicos na área de conhecimento de relações financeiras internacionais.

OBJETIVO ESPECÍFICO

• Conhecer a composição do balanço de pagamentos de um país e entender qual o impacto das reservas internacionais oficiais na taxa de câmbio e na política monetária; • aprender quais são as forças que determinam as taxas de câmbio no curto e no longo prazo; • aprender a relação entre alta ou hiperinflação e o valor da sua moeda; aprender a relação entre a dívida externa, taxa de câmbio e fuga de capital.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I - FINANÇAS INTERNACIONAIS 1. GLOBALIZAÇÃO DAS FINANÇAS: UM MAL INEVITÁVEL? UNIDADE II - MERCADOS DE CÂMBIO E TAXAS DE CÂMBIO 1. TAXAS DE CÂMBIO 1.1 TIPOS DE TRANSAÇÕES 1.2 A TAXA DE CÂMBIO COMO POLÍTICA LEITURA COMPLEMENTAR Entenda o que é 'Guerra Cambial' 1.3 RISCO DE CÂMBIO PARA EMPRESAS UNIDADE III - OBTENÇÃO DE RECURSOS NO MERCADO INTERNACIONAL UNIDADE IV - RISCO-PAÍS 1. RISCO POLÍTICO 2. RISCO MERCADOLÓGIC 3. RISCO GEOGRÁFICO 4. O PAPEL DAS AGÊNCIAS DE CLASSIFICAÇÃO DE RISCO LEITURA COMPLEMENTAR Mantega afirma que o Bisco Brasil é menor que o dos EUA 5. FATORES DE FLUXO COMERCIAL INTERNACIONAL 1.1 IMPACTO DA INFLAÇÃ 1.2 RENDA NACIONAL 1.3 IMPACTO DAS RESTRIÇÕES DO GOVERNO 1.4 TAXAS DE CÂMBIO UNIDADE V - GOVERNO E TAXA DE CÂMBIO 1. SISTEMAS DE TAXAS DE CÂMBIO 1.2 TAXA DE CÂMBIO FIXA 1.3 TAXA DE CÂMBIO VARIÁVEL LEITURA COMPLEMENTAR Valor Online - Como consequência, país tende a manter a taxa de câmbio valorizada UNIDADE VI - ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO UNIDADE VII - BLOCOS ECONÔMICOS: ACORDOS REGIONAIS DE COMÉRCIO 1. MERCOSUL 2. NAFTA 3. UNIÃO EUROPEIA LEITURA COMPLEMENTAR O inventor do futuro UNIDADE VIII - MERCADOS MONETÁRIOS INTERNACIONAIS 1. MERCADO DE OBRIGAÇÕES INTERNACIONAIS 2. MERCADOS DE AÇÕES INTERNACIONAIS 3. MOTIVOS PARA INVESTIR EM MERCADOS ESTRANGEIROS 3.1 APROVEITAMENTO DA CAPACIDADE OCIOSA 3.2 AMPLIAÇÃO DAS INSTALAÇÕES E DA CAPACIDADE PRODUTIVA 3.3 GERAÇÃO DE ECONOMIA DE ESCALA 3.4 DIVERSIFICAÇÃO DE MERCADOS 44 3.5 INCENTIVOS FISCAIS E COMPENSAÇÃO DE TRIBUTOS INTERNOS 3.6 RESPONSABILIDADE PERANTE A NAÇÃO 3.7 FORMAÇÃO DE NOME INTERNACIONAL 3.8 INVESTIMENTO INTERNACIONAL UNIDADE IX - FINANCIAMENTO DO COMÉRCIO INTERNACIONAL 1. PRÉ-PAGAMENTOS 2. LETRAS DE CÂMBIO 3. CARTAS DE CRÉDITO (C/C) 4. CONTA ABERTA 5. MÉTODOS DE FINANÇAS COMERCIAIS 5.1 FACTORING 5.2 ACEITES BANCÁRIOS 5.3 FINANCIAMENTO DE CAPITAL DE GIRO 5.4 FINANCIAMENTO DE MÉDIO PRAZO DE BENS DE CAPITAL (FORFAITING) 6. AGÊNCIAS QUE CAPACITAM O COMÉRCIO INTERNACIONAL LEITURA COMPLEMENTAR Desafios no Comércio Exterior

REFERÊNCIA BÁSICA

ASSAF N., A. Mercado Financeiro. 9.ed. São Paulo: Atlas, 2009. GITMAN, L. J. Princípios de Administração Financeira. 10.ed. São Paulo: Pearson-Addison Wesley, 2004. KLOTZLE, M. C.; PINTO, A. F.; KLOTZLE, A. C. Finanças internacionais. São Paulo: Saraiva, 2007. LAGIOIA, U. C. T. Fundamentos do mercado de capitais. São Paulo: Atlas, 2009. LOPES, A. B. Finanças internacionais: uma introdução. São Paulo: Atlas, 2003. RATTI, B. Comércio Internacional e Câmbio. Aduaneiras: São Paulo: 2006. ROBERTS, R. Por dentro das finanças internacionais. São Paulo: Jorge Zahar, 2000.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

KRUGMAN, P. R.; OBSTFELD, M. Economia Internacional - Teoria e Política. 6. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2005. MADURA, Jeff. Finanças corporativas internacionais. São Paulo: Cengage Learning, 2008. ROSS, S. A.; WESTERFIELD, R. W.; JAFFE, J. F. Administração financeira- corporate finance. São Paulo: Atlas, 1995. SLACK, N.; CHAMBERS, S.; JOHNSTON, R. Administração da Produção.3. ed. São Paulo: Atlas, 2009. VAZQUEZ, J. L. Comércio Exterior Brasileiro. 9.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

PERIÓDICOS

FRIEDEN, Jeff. As finanças internacionais e o Estado nos países capitalistas avançados e nos menos desenvolvidos. Revista de Economia Política. V. 3, n. 4, p. 57-84, out./dez. 1983. _____. Finanças internacionais e o terceiro mundo. Revista de Economia Política. V. 5, n. 2, p. 98- 109, abr./jun. 1985.

337	Finanças Públicas	45

APRESENTAÇÃO

Avaliação do Investimento Público. Redistribuição de Renda. Incidência de Impostos e Gastos Públicos.

OBJETIVO GERAL

• Aprofundar seus conhecimentos sobre a teoria das finanças públicas.

OBJETIVO ESPECÍFICO

• Evidenciar a importância do estudo das fundamentações teóricas na economia do Estado; • Estudar sobre o impacto de cada tipo de imposto sobre o consumidor e a indústria; • Estabelecer relação entre governança e governabilidade

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

INTRODUÇÃO A TEORIA DAS FINANÇAS PÚBLICAS QUE SÃO FINANÇAS PÚBLICAS? GOVERNO E FALHAS DE MERCADO Imperfeições na Concorrência Mercados Incompletos Assimetria de Informações Externalidades Existência de Bens Públicos FUNÇÕES DO GOVERNO FUNÇÃO ALOCATIVA FUNÇÃO DISTRIBUTIVA FUNÇÃO ESTABILIZADORA FINANCIAMENTO DO GASTO PÚBLICO – TRIBUTAÇÃO PRINCÍPIOS TEÓRICOS DE TRIBUTAÇÃO NEUTRALIDADE SIMPLICIDADE TRANSPARÊNCIA EQUIDADE Critério de Benefício Critério da Capacidade de Pagamento ESPÉCIES DE TRIBUTOS IMPOSTOS TAXAS CONTRIBUIÇÕES DE MELHORIA TIPOS DE TRIBUTOS TRIBUTOS SOBRE A RIQUEZA TRIBUTOS SOBRE A RENDA TRIBUTOS SOBRE AS TRANSAÇÕES TRIBUTOS DIRETOS TRIBUTOS INDIRETOS TRIBUTOS PROPORCIONAIS TRIBUTOS PROGRESSIVOS TRIBUTOS REGRESSIVOS CARGA FISCAL CARGA FISCAL PROGRESSIVA, REGRESSIVA, NEUTRA CURVA DE LAFFER CURVA DE LAFFER IMPACTO DE CADA TIPO DE IMPOSTO SOBRE O CONSUMIDOR E A INDÚSTRIA ELASTICIDADE-PREÇO EFEITOS DE UM IMPOSTO SOBRE O CONSUMIDOR IMPOSTOS ESPECÍFICOS IMPOSTO AD VALOREM INCIDÊNCIA TRIBUTÁRIA SOBRE A INDÚSTRIA MERCADO EM CONCORRÊNCIA PERFEITA Imposto per capta Imposto sobre lucro Imposto específicos sobre vendas MONOPÓLIO Imposto per capta e o imposto sobre lucros Imposto específico sobre vendas CONTAS PÚBLICAS CLASSIFICAÇÃO DA RECEITA PÚBLICA QUANTO A ORIGEM QUANTO A NATUREZA QUANTO A REPERCUSSÃO PATRIMONIAL QUANTO A REGULARIDADE QUANTO A FORMA DE REALIZAÇÃO QUANTO A CATEGORIA ECONÔMICA CLASSIFICAÇÃO DA DESPESA PÚBLICA QUANTO A NATUREZA QUANTO A CATEGORIA ECONÔMICA QUANTO A REPERCUSSÃO PATRIMONIAL DÉFICIT E DÍVIDA PÚBLICA AVALIAÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS TIPOS DE AVALIAÇÃO AVALIAÇÃO QUANTO AO AGENTE AVALIAÇÃO QUANTO A NATUREZA AVALIAÇÃO QUANTO AO MOMENTO DE REALIZAÇÃO AVALIAÇÃO QUANTO AO TIPO DE PROBLEMA GOVERNANÇA E GOVERNABILIDADE

REFERÊNCIA BÁSICA

BALEEIRO, Aliomar. Uma introdução à ciência das finanças. Atualização de Djalma de Campos. 16. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2003. ____. Uma introdução à ciência das finanças. 15. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1997. GIAMBIAGI, F. e Alem, A.C. Finanças Públicas. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000. REZENDE, F. Finanças Públicas. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2001. RIANI, F. Economia do Setor Público. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1997.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

CRUZ, Flávio da (Org.) et al. Lei de responsabilidade fiscal comentada. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2004. DEODATO, Alberto. Manual de ciência das finanças. 13 ed., São Paulo: Saraiva, 1973. ____. Manual de ciência das finanças. 12. ed. São Paulo: Saraiva, 1971. TORRES, R. L. Tratado de direito constitucional financeiro e tributário. 2 ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2000. VASCONCELLOS, Marcos Antonio S. de. Economia micro e macro: teoria e exercícios, glossário com os 260 principais conceitos econômicos. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

PERIÓDICOS

PEREIRA, Luiz Carlos B. A reforma do Estado dos anos 90: lógica e mecanismos de controle. Caderno Maré de Reforma do Estado, Brasília: MARE, 1997.

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.

364	Marketing Empresarial	45

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.

347	Viabilidade Econômico-Financeira	30

APRESENTAÇÃO

Custos; Formação de preços; Investimentos; Retorno de investimentos; Planejamento financeiro; Orçamentos; Fontes de receitas; Contas a pagar; Contas a receber; Patrimônio; Contabilidade; Demonstrações financeiras e de resultados; Fontes de financiamentos; Análise do equilíbrio financeiro.

OBJETIVO GERAL

• Adquirir conhecimentos sobre o cenário altamente competitivo dentro das empresas com o intuito de otimizar seus resultados, através do desenvolvimento de ações organizadas para a perpetuação da empresa por meios da rentabilidade de seus negócios.

OBJETIVO ESPECÍFICO

• Verificar a viabilidade de seu investimento para decidir onde e como empregar seus recursos; • Reconhecer a necessidade de um levantamento da viabilidade econômico-financeira do investimento; • Analisar as estratégias contingenciais para resolução de problemas inesperados a fim de otimizar ganhos, alcançando os resultados esperados e reduzindo o risco de perda ou prejuízo.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

GERENCIAMENTO DE PROJETOS GESTÃO DE CUSTOS DE PROJETO Petrobras corta Projetos para Manter Grau de Investimento GERENCIAMENTO DE RISCO DO PROJETO PRINCIPAIS ENTRADAS DO PLANO DE GERENCIAMENTO DE RISCOS SAÍDAS DO PLANO DE GERENCIAMENTO DE RISCOS IDENTIFICAÇÃO DE RISCOS Painel Delphi: Como e por que usá-lo? ANÁLISE QUALITATIVA DE RISCOS Vale realinha estratégia de crescimento PLANEJAMENTO DE RESPOSTAS A RISCOS MONITORAMENTO E CONTROLE DOS FATORES DE

RISCO ANÁLISE E AVALIAÇÃO DE PROJETOS E INVESTIMENTO Decisão de Investimento, o que usar: TIR, Payback ou VPL? OUTRA TÉCNICA IMPORTANTE NA ANÁLISE DE VIABILIDADE DE UM PROJETO: O CÁLCULO DO RETORNO SOBRE INVESTIMENTO (ROI) Retorno sobre Investimento: você sabe o que é?

REFERÊNCIA BÁSICA

ALENCAR, A. J., SCHMITZ, E. A. Análise de risco em gerência de projetos. Rio de Janeiro: Editora Brasport, 2006. BRASIL, Haroldo Vinagre e BRASIL, Haroldo Guimarães. Gestão Financeira das Empresas: Um modelo dinâmico. 2a ed, São Paulo, Qualitymark, 1993. IUDÍCIBUS, S.; MARTINS, E.; GELBCKE, E.R. Manual de Contabilidade das Sociedades por Ações. São Paulo, Atlas, 2003. ROSS, Stephen A.; WESTERFIELD, Randolph W.; JAFFE, Jeffrey F. Administração Financeira. São Paulo, Atlas, 2002.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

DAMODARAN, A. Avaliação de investimento: ferramentas e técnicas para a determinação do valor de qualquer ativo. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1997. FERREIRA, J. A. S. Finanças corporativas: conceitos e aplicações. São Paulo: Pearson/Prentice Hall, 2005. LEWIS, J. P. Como gerenciar projetos com eficácia. 5. ed. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2000. LUCK, H. Metodologia de projetos - uma ferramenta de planejamento e gestão. 12. Ed. Rio de Janeiro: Vozes Editora, 2004. SOUZA, A.; CLEMENTE, A. Decisões financeiras e análise de investimentos: fundamentos, técnicas e aplicações. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2004.

PERIÓDICOS

GALVÃO, Marcio. Análise quantitativa de riscos com simulação de Monte Carlo. Disponível em: Acesso em: 18 jul. 2011.

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

O curso é destinado a administradores, empreendedores, economistas, contadores e/ou demais profissionais graduados que desejam ampliar seus conhecimentos na análise e gestão de negócios.