

IFRS CAMPUS ERECHIM

ADMINISTRAÇÃO

EMENTÁRIOS E BIBLIOGRAFIAS

1º Semestre	Nº 1	Leitura e Produção Textual	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
-------------	------	----------------------------	-------------------------------------

Objetivo geral:

Oportunizar o desenvolvimento de competências, habilidades e estratégias para a recepção e produção textual, conduzindo e instrumentalizando o acadêmico a fim de torná-lo um bom leitor e produtor de textos.

Ementa

Leitura e compreensão de textos de gêneros variados, com ênfase nos aspectos linguísticos, discursivos e situacionais a partir da leitura de textos autênticos. Produção textual. Abordagem pontual de aspectos semânticos, gramaticais, morfossintáticos, pragmáticos e discursivos que permitam ao aluno produzir textos orais e escritos adequados a diferentes gêneros e situações de comunicação.

Referências:

Básica

CUNHA, Celso Ferreira da; CINTRA, Luís F. Lindley. **Nova gramática do português contemporâneo**. 5. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

KOCH, Ingedore Villaça; ELIAS, Vanda Maria. **Ler e compreender os sentidos do texto**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2010.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Da fala para a escrita: atividades de retextualização**. 9. ed. São Paulo: Cortez, 2008.

Complementar

BECHARA, Evanildo. **Moderna gramática portuguesa**. 37. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

FIORIN, José Luiz; SAVIOLI, Francisco Platão. **Para entender o texto: leitura e redação**. 17. ed. São Paulo: Ática, 2007.

KOCH, Ingedore Villaça; TRAVAGLIA, Luiz Carlos. **A coerência textual**. 17. ed. São Paulo: Contexto, 2008.

_____. **A coesão textual**. 21. ed. São Paulo: Contexto, 2009.

KOCH, Ingedore Villaça; ELIAS, Vanda Maria. **Ler e escrever: estratégias de produção textual**. 2.ed. São Paulo: Contexto, 2010.

Pré-requisitos e co-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

1º Semestre	Nº 2	Matemática Aplicada	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
--------------------	-------------	----------------------------	---

Objetivo geral:

Proporcionar a compreensão dos fundamentos e conceitos básicos da Matemática, de modo que o estudante possa interpretar e resolver problemas oriundos da atuação profissional na área de Administração.

Ementa

Introdução aos conjuntos numéricos. Grandezas: razão e proporção. Porcentagem. Regra de três. Frações e Potências. Logaritmos. Equações polinomiais. Matrizes. Determinantes. Sistemas Lineares. Geometria Analítica: ponto, reta, plano e circunferência. Relações trigonométricas.

Referências:

Básica

GOLDSTEIN, Larry Joel; LAY, David C.; SCHNEIDER, David L. **Matemática aplicada: economia, administração e contabilidade**. 10. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

GUIDORIZZI, Hamilton Luiz. **Matemática para administração**. Rio de Janeiro: LTC, 2002.

HARIKI, Seiji; ABDOUNUR, Oscar João. **Matemática aplicada: administração, economia e contabilidade**. São Paulo: Saraiva, 2008.

Complementar

DEMANA, Franklin et. al. **Pré-cálculo**. Pearson/Pratice Hall, 2008.

LIPSCHUTZ, Seymour; LIPSON, Marc. **Álgebra linear**. Coleção Schaum. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

STEINBRUCH, Alfredo; WINTERLE, Paulo. **Geometria analítica**. Makron Books, 2004.

SILVA, Sebastião Medeiros da; SILVA, Elio Medeiros da; SILVA, Ermes Medeiros da. **Matemática básica para cursos superiores**. São Paulo: Atlas, 2002.

TELLES, Dirceu D; SEIZEN, Yamashiro; SOUZA, Suzana, A. de O. **Matemática com Aplicações Tecnológicas**. São Paulo: Blucher, 2014.

Pré-requisitos e co-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

1º Semestre	Nº 3	Administração e Empreendedorismo	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
--------------------	-------------	---	---

Objetivo geral:

Promover o aprendizado dos conceitos básicos e das práticas de administração e de empreendedorismo, intermediando o conhecimento em relação ao funcionamento das organizações empresariais.

Ementa:

Organizações e Administração. O processo de administração. Noções de planejamento; o processo de organização, estrutura organizacional e modelos de organização; direção, execução e controle. O processo empreendedor. Características do empreendedor. Perfil empreendedor no mundo dos negócios. Inovação em Gestão.

Referências:**Básica**

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração**: teoria, processo e prática. 5. ed. São Paulo: Manole, 2015.

DORNELAS, José; TIMMONS, Jeffrey A.; SPINELLI, Stephen. **Criação de novos negócios**: empreendedorismo para o século 21. São Paulo: Elsevier, 2010.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Introdução à administração**. São Paulo: Atlas, 2009.

Complementar

CAMPOS, Alexandre de; BARSANO, Paulo Roberto. **Administração**: Guia prático e didático. 2.ed. São Paulo, SP: Érica, 2016. 271 p

CHUCK, Williams. **ADM**. São Paulo: Cengage Learning, 2017.

DAFT, Richard. **Administração**. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Administração para Empreendedores**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

REBOUÇAS, Djalma Pinho Oliveira. **Sistemas, organização e métodos**: uma abordagem gerencial. São Paulo: Atlas, 2010.

Pré-requisitos e co-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

1º Semestre	Nº 4	Microeconomia	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
-------------	------	---------------	-------------------------------------

Objetivo geral:

Abordar aspectos relacionados às relações do mercado (oferta e procura) e o comportamento dos agentes econômicos (famílias e empresas), de forma a proporcionar a compreensão desta teoria nos ambientes interno e operacional para proporcionar melhores condições à tomada de decisão desses agentes econômicos.

Ementa:

Princípios de Economia: conceito de Economia, problemas econômicos e organização da atividade econômica. Noções de Microeconomia: Conceito de microeconomia e as organizações; Função demanda e oferta; Conceitos de Elasticidade na Demanda e na Oferta. Estruturas de Mercado; Teoria da Produção e dos Custos; Teoria dos jogos empresariais; Teoria do consumidor.

Referências:**Básica**

CARVALHO, José L. [et al.]. **Fundamentos de economia: microeconomia**. Vol 2. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

PASSOS, Carlos Roberto M.; NOGAMI, Otto. **Princípios de economia**. 7. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2016.

VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval de. **Economia: micro e macro**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2013

Complementar

GUIMARÃES, Bernardo; GONÇALVES, Carlos Eduardo. **Introdução à economia**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

HUBBARD, R. Glenn; O'BRIEN, Anthony Patrick. **Introdução à economia**. 2. ed. atual. Porto Alegre: Bookman, 2010.

KRUGMAN, Paul R.; WELLS, Robin. **Introdução à economia**. Rio de Janeiro: Campus, 2007.

MANKIW; N. Gregory. **Introdução à economia: princípios de micro e macroeconomia**. Tradução da 5. ed. norte-americana. 2. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2012.

PARKIN, Michael. **Economia**. 8ª ed. São Paulo: Pearson, 2009.

Pré-requisitos e co-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

1º Semestre	Nº5	Informática Aplicada à Administração	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
-------------	-----	--------------------------------------	-------------------------------------

Objetivo geral:

Promover a reflexão sobre os conhecimentos relativos às tecnologias da informação e desenvolver práticas explorando ferramentas de tecnologia da informação na realização das atividades acadêmicas.

Ementa:

Conceitos de infraestrutura de tecnologia da informação – TI. Utilização de sistemas de apoio a aprendizagem. Sistemas de busca de informações científicas. Conceitos de sistemas operacionais. Uso de editores de textos aplicado à administração e à elaboração de trabalhos científicos. Uso de softwares de apresentação para trabalhos científicos. Uso de planilhas eletrônicas aplicadas à administração.

Referências:

Básica

CORNACHIONE JUNIOR, Edgard Bruno. **Informática aplicada às áreas de contabilidade, administração e economia**. São Paulo: Atlas, 2009.

MOORE, Jeffrey H.; WEATHERFORD, Larry R. **Tomada de decisão em administração com planilhas eletrônicas**. 6ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

MANZANO, André L. N.G. **Estudo dirigido de Microsoft Office Excel 2010**. São Paulo: Érica, 2010.

Complementar

COSTA, Edgard Alves. **BrOffice.org: da teoria à prática**. São Paulo: Brasport, 2007.

FRYE, Curtis **Microsoft Office Excel 2007: rápido e fácil**. Porto Alegre: Artmed, 2008.

LAUDON, Kenneth C.; LAUDON, Jane Price. **Sistemas de informações gerenciais**. 7. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

O'BRIEN, James A. **Sistemas de informação e as decisões gerenciais na era da Internet**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

SCHECHTER, R. **Br.Office. Org: CALC e Writer: trabalhe com planilhas e textos em Software Livre**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

Pré-requisitos e co-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

1º Semestre	Nº 6	Componente Curricular Optativo I	Hora/aula: 40h Hora/relógio: 33h
--------------------	-------------	---	---

Ementa e Referências: Conforme descrição de cada componente curricular.

2º Semestre	Nº 7	Sociologia e Modernidade	Hora/aula: 40h Hora/relógio: 33h
--------------------	-------------	---------------------------------	---

Objetivo geral:

Disponibilizar ferramentas do conhecimento sociológico que permitam ao discente interpretar, analisar e compreender as relações sociais, políticas, culturais e o mundo social do trabalho, bem como desenvolver a capacidade e a habilidade de entender a sociedade na sua estrutura e dinâmica, tendo o saber científico como base no trato das questões sociais da sociedade em que atua.

Ementa

Sociologia como ciência. A sociologia aplicada à administração. Sociologia e sociedade industrial. Estado e classes sociais. Mudanças sociais. Mobilidade Social nas organizações. A organização como um sistema social. As organizações formais. As relações de trabalho. Organização do processo de trabalho. A relação do indivíduo com a organização. Interação e grupos sociais nas organizações. Cultura organizacional. Administração participativa. Relações sindicais.

Referências:

Básica

BERNARDES, Cyro. **Sociologia aplicada à administração**. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.
DIAS, Reinaldo. **Sociologia das organizações**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012.
CHARON, Joel M.; VIGILANT, Lee Garth. **Sociologia**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

Complementar

BARBIERI, Ugo Franco. **Gestão de pessoas nas organizações: a aprendizagem da liderança e da Inovação**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2013.
DIAS, Reinaldo. **Cultura organizacional: Construção, Consolidação e Mudanças**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2013.
GIL, Antonio Carlos. **Sociologia geral**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
PICCININI, Valmiria Carolina; ALMEIDA, Marilis Lemos; OLIVEIRA, Sidinei Rocha de. **Sociologia e administração - relações sociais nas organizações**. São Paulo: Campus, 2010.
SROUR, Robert Henry. **Poder, cultura e ética nas organizações**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

Pré-requisitos e co-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

2º Semestre	Nº 8	Matemática Financeira	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
--------------------	-------------	------------------------------	---

Objetivo geral:

Efetuar e interpretar cálculos financeiros que permitam avaliar as condições para tomadas de decisões em negócios e operações financeiras.

Ementa

Valor do dinheiro no tempo. Capitalização Simples. Capitalização Composta. Taxas de Juros. Inflação. Desconto Simples e Composto. Séries de Pagamentos Uniformes e Variáveis. Equivalência de Fluxos de Caixa. Taxa Interna de Retorno. Sistemas de Amortização. Utilização de calculadoras financeiras.

Referências:**Básica**

ASSAF NETO, Alexandre. **Matemática financeira e suas aplicações**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

FERREIRA, Roberto G. **Matemática financeira aplicada: mercado de capitais, matemática financeira, finanças pessoais**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

TOSI, Armando José. **Matemática financeira com ênfase em produtos bancários**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

Complementar

HAZZAN, Samuel; POMPEO, José Nicolau. **Matemática financeira**. São Paulo: Saraiva, 2007.

PUCCINI, Abelardo de Lima. **Matemática financeira: objetiva e aplicada**. 8. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

SAMANEZ, C.P. **Matemática financeira: aplicações à análise de investimentos**. 3.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2002.

VERAS, Lilia Ladeira. **Matemática financeira**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

VIEIRA SOBRINHO, José Dutra. **Matemática financeira**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

Pré-requisitos e co-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

2º Semestre	Nº 9	Comportamento Organizacional	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
--------------------	-------------	-------------------------------------	--

Objetivo geral:

Possibilitar a compreensão do comportamento humano, individual e coletivo, em ambientes organizacionais, oportunizando o conhecimento sobre os diferentes elementos que influenciam no comportamento do indivíduo nas organizações.

Ementa

Comportamento Humano nas Organizações. Competências individuais e organizacionais. Empregabilidade. Personalidade, valores, atitudes e percepção. Comunicação interpessoal e organizacional. Teorias da Motivação. Qualidade de vida no trabalho. Cultura organizacional. Diversidade cultural e nas organizações. Clima Organizacional. Mudança organizacional.

Referências:

Básica

DIAS, Reinaldo. **Cultura Organizacional: Construção, Consolidação e Mudanças**. 1.ed. São Paulo: Atlas, 2013.

KANAANE, Roberto. **Comportamento humano nas organizações**. São Paulo: Atlas, 2017.

ROBBINS, Stephen P; JUDGE, Timothy A. **Fundamentos do comportamento organizacional**. 12. ed. São Paulo: Pearson, 2014.

Complementar

BARBIERI, Ugo Franco. **Gestão de pessoas nas organizações: A aprendizagem da liderança e da Inovação**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

BERGAMINI, Cecília Whitaker. Psicologia aplicada à administração de empresas: psicologia do comportamento organizacional. 5. ed. – São Paulo: Atlas, 2015.

GRIFFIN, Ricky W. **Comportamento organizacional: gestão de pessoas e organizações**. São Paulo: Cengage Learning, 2015.

FISCHER, André Luiz; DUTRA, Joel Souza; AMORIN, Wilson Aparecido Costa de (Org.). **Gestão de pessoas: desafios estratégicos das organizações contemporâneas**. São Paulo: Atlas, 2009.

MARRAS, Jean Pierre. **Administração de recursos humanos: do operacional ao estratégico**. 15.ed. – São Paulo: Saraiva, 2016.

Pré-requisitos e co-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

2º Semestre	Nº 10	Macroeconomia	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
--------------------	--------------	----------------------	--

Objetivo geral:

Abordar a análise dos agregados econômicos divididos nos mercados de bens e serviços, monetário, setor público de forma a compreender melhor o ambiente externo econômico das Instituições e as respectivas tomadas de decisões dos agentes econômicos.

Ementa:

Introdução à Macroeconomia; Contabilidade Social e a Análise dos agregados econômicos (produto e renda nacional); Determinação da Renda - Equação Básica Keynesiana (Consumo, Investimento, Gastos Governamentais e Setor Externo); Economia Monetária e Financeira (demanda e oferta de moeda, inflação, Sistema Financeiro Nacional e noções de mercado financeiro); Economia do Setor Público (política fiscal e monetária como instrumentos de estabilidade e crescimento econômico); Economia Internacional (balanço de pagamentos, taxa de câmbio, Sistema Financeiro Internacional, políticas protecionistas). Noções de Crescimento e desenvolvimento econômico.

Referências:

Básica

CARVALHO, José L. [et al.]. **Fundamentos de economia: macroeconomia**. Vol 1. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

PASSOS, Carlos Roberto M.; NOGAMI, Otto. **Princípios de economia**. 7. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2016.

VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval de. **Economia: micro e macro**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2013

Complementar:

GUIMARÃES, Bernardo; GONÇALVES, Carlos Eduardo. **Introdução à economia**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

HUBBARD, R. Glenn; O'BRIEN, Anthony Patrick. **Introdução à economia**. 2. ed. atual. Porto Alegre: Bookman, 2010.

KRUGMAN, Paul R.; WELLS, Robin. **Introdução à economia**. Rio de Janeiro: Campus, 2007.

MANKIW; N. Gregory. **Introdução à economia: princípios de micro e macroeconomia..** Tradução da 5. ed. norte-americana. 2. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2012.

PARKIN, Michael. **Economia**. 8ª ed. São Paulo: Pearson, 2009.

Pré-requisitos e co-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

2º Semestre	Nº 11	Teorias da Administração	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
-------------	-------	--------------------------	-------------------------------------

Objetivo geral:

Proporcionar aos discentes o conhecimento da evolução histórica da administração, favorecendo a compreensão dos principais enfoques teóricos da administração e suas implicações nos processos e práticas das organizações contemporâneas.

Ementa

Contextualização Histórica do Pensamento Administrativo. Escola Clássica de Administração e o movimento da Administração Científica. Escola de Relações Humanas. Teoria do Comportamento e o Modelo de Racionalidade Limitada. Teoria da Burocracia e Abordagem Estruturalista. Teoria dos Sistemas Abertos e a Perspectiva Sociotécnica das Organizações. Sistema e a Contingência: Teoria das Organizações e Tecnologia. Teoria da Ecologia Organizacional. Novas tendências e desafios contemporâneos em Administração.

Referências:**Básica**

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração: uma visão abrangente da moderna administração das organizações**. 9. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

CLEGG, Stewart. **Teoria geral da administração: abordagens e prescritivas e normativas**. 7.ed. São Paulo: Monole, 2014. vol. 2.

MAXIMIANO, Antônio César Amaru. **Teoria geral da administração: da revolução urbana à revolução digital**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

Complementar

CYRO, Marcondes; CAVALHEIRO, Rynaldo. **Teoria geral da administração: gerenciando organizações**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

CHIAVENATO, Idalberto. **Teoria geral da administração: abordagens e prescritivas e normativas**. 7. ed.; São Paulo: Monole, 2013. vol. 1.

CLEGG, Stewart. **Administração e organizações**. 2. Porto Alegre Bookman 2014

LACOMBE, F. **Teoria geral da administração**. São Paulo: Saraiva, 2009.

MOTTA, Fernando Prestes; VASCONCELOS, Isabella F. Gouveia de. **Teoria geral da administração**. 3.ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

Pré-requisitos e co-requisitos:

Não possui pré-requisitos

2º Semestre	Nº 12	Metodologia Científica	Hora/aula: 40h Hora/relógio: 33h
--------------------	--------------	-------------------------------	---

Objetivo geral:

Abordar conhecimentos básicos para a elaboração e apresentação de trabalhos científicos com a utilização das normas da ABNT em cada uma das etapas envolvidas.

Ementa

Ciência e tipos de conhecimento. Normas para elaboração de trabalhos científicos (ABNT). Linguagem científica. Produção metodológica de gêneros acadêmicos de acordo com as Normas da Instituição e da ABNT: fichamentos, resumos, resenhas, artigos e relatórios. Elaboração de trabalho acadêmico.

Referências:**Básica**

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; SILVA, R. da. **Metodologia científica**. 6 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall. 2007.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E.M. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. São Paulo: Atlas. 2010.

ROESCH, S.M.A. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

Complementar

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **Informação e documentação: trabalhos acadêmicos: apresentação**. ABNT. 2015.

CRUZ, A. de C.; MENDES, M. T. R. **Trabalhos acadêmicos, dissertações e teses: estrutura e apresentação**. 2 ed. Rio de Janeiro: Intertexto. 2004.

IFRS Campus Rolante. **Guia básico para elaboração de trabalhos acadêmicos no IFRS Campus Rolante**. IFRS Campus Rolante. 2017.

RÚDIO, Franz Victor. **Introdução ao projeto de pesquisa científica**. 43. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015. 144 p.

SALOMON, D. V. **Como fazer uma monografia**. 12. ed. São Paulo: Martins Fontes. 2010.

Pré-requisitos e co-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

2º Semestre	Nº 13	Componente Curricular Optativo II	Hora/aula: 40h Hora/relógio: 33h
--------------------	--------------	--	---

Ementa e Referências: Conforme descrição de cada componente curricular.

3º Semestre	Nº 14	Metodologia da Pesquisa	Hora/aula: 40h Hora/relógio: 33h
--------------------	--------------	--------------------------------	---

Objetivo geral:

Possibilitar a reflexão a respeito do conhecimento, dos métodos de pesquisa e das etapas de elaboração de projeto de pesquisa científica, bem como do relatório de pesquisa, relacionados à área da Administração.

Ementa

Métodos de pesquisa aplicados à administração. Leitura e documentação para pesquisa. Abordagem quantitativa e qualitativa de pesquisa. Estudo de caso: características, aplicabilidade, proposições de estudo, métodos, coleta de dados, apresentação e discussão de resultados. Etapas de um projeto de pesquisa. Elaboração de projeto de pesquisa. Elaboração de relatório de pesquisa.

Referências:

Básica

- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
 TRIVIÑOS, A. N.S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação: o positivismo, a fenomenologia, o marxismo**. São Paulo, SP: Atlas, 1987.
 VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 11.ed. São Paulo: Atlas, 2009.
 YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

Complementar

- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **Informação e documentação: trabalhos acadêmicos: apresentação**. ABNT. 2015.
 BARROS, A. de J. P.; LEHFELD, N. A. de S. **Projeto de pesquisa: propostas metodológicas**. 18. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2008.
 GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
 RÚDIO, Franz Victor. **Introdução ao projeto de pesquisa científica**. 43. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015. 144 p.
 VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de pesquisa em administração**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 277 p.

Pré-requisitos e co-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

3º Semestre	Nº 15	Gestão de Pessoas	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
--------------------	--------------	--------------------------	---

Objetivo geral:

Proporcionar uma visão estratégica da área de gestão de pessoas, a compreensão acerca dos seus processos e a reflexão sobre a importância desta área no contexto das organizações.

Ementa:

Evolução de conceitos: Recursos Humanos a Gestão de Pessoas. Capacitação do profissional desta área. Planejamento estratégico de Gestão de Pessoas. Gestão por competências. Recrutamento, seleção e socialização. Treinamento e Desenvolvimento de pessoas. Retenção de talentos. Remuneração e benefícios. Plano de carreira. Avaliação de desempenho. Rotinas e ferramentas de gestão de pessoas. Aspectos atuais e tendências em gestão de pessoas.

Referências

Básica

ARAUJO, Luis César G. de. GARCIA, Adriana Amadeu. **Gestão de pessoas: Estratégias e Integração Organizacional**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

FISCHER, André Luiz; DUTRA, Joel Souza; AMORIN, Wilson Aparecido Costa de (Org.). **Gestão de pessoas: desafios estratégicos das organizações contemporâneas**. São Paulo: Atlas, 2009.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Recursos humanos: Estratégia e gestão de pessoas na sociedade global**. 1. ed. - Rio de Janeiro: LTC, 2014.

Complementar

BARBIERI, Ugo Franco. **Gestão de pessoas nas organizações: conceitos básicos e aplicações**. São Paulo: Atlas, 2016.

DUTRA, Joel Souza. **Avaliação de pessoas na empresa contemporânea**. 1.ed. São Paulo: Atlas, 2014.

FARIA, Maria Helena Alves de. **Recrutamento, seleção e socialização**. São Paulo: Pearson, 2015.

GRAMIGNA, Maria Rita. **Gestão Por Competências: Ferramentas Para Avaliar e Mapear Perfis**. 1. ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2017.

MARRAS, Jean Pierre. **Administração de recursos humanos: do operacional ao estratégico**. 15.ed. – São Paulo: Saraiva, 2016.

Pré-requisitos e co-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

3º Semestre	Nº 16	Cálculo Diferencial e Integral	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
--------------------	--------------	---------------------------------------	---

Objetivo geral:

Desenvolver o raciocínio lógico e habilidades matemáticas necessárias para interpretar e resolver problemas de Cálculo Diferencial e Integral nas Ciências Sociais e Aplicadas.

Ementa

Caracterização das principais funções de uma variável real. Limites de funções de uma variável real. Derivadas e técnicas de otimização de funções de uma variável real. Definição das integrais: definidas, indefinidas, técnicas de integração e aplicações.

Referências:

Básica

ANTON, Howard; BIVENS, Irl; DAVIS, Stephen. **Cálculo**. Porto Alegre: Bookman, 2007. v. 1.

FLEMMING, Diva Marília; GONÇALVES, Mirian Buss. **Cálculo A: funções, limite, derivação e integração**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LEITHOLD, Louis. **O cálculo com geometria analítica**. São Paulo: Harbra, 1994. v. 1.

Complementar

GOLDSTEIN, Larry Joel; LAY, David C.; SCHNEIDER, David L. **Matemática aplicada: economia, administração e contabilidade**. 10. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

GUIDORIZZI, Hamilton Luiz. **Matemática para administração**. Rio de Janeiro: LTC, 2002.

HOFFMANN, Laurence D.; BRADLEY, Gerald. L. **Cálculo: um curso moderno e suas aplicações**. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

IEZZI, Gelson; MURAKAMI, Carlos; MACHADO, Nilson José. **Fundamentos de matemática elementar: limites, derivadas, noções de integral**. São Paulo: Atual, 2005. v. 8.

SIMON, Carl. P. BLUME, Lawrence. **Matemática para economistas**. Bookman, 2004.

Pré-requisitos e co-requisitos:

Matemática Financeira.

3º Semestre	Nº 17	Contabilidade Financeira	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
--------------------	--------------	---------------------------------	---

Objetivo geral:

Proporcionar ao aluno conhecimentos relacionados a contabilidade financeira, desenvolvendo a capacidade de usar a informação contábil para avaliação e tomada de decisão.

Ementa:

A função da contabilidade. Campo de aplicação e usuários da contabilidade. Teoria da contabilidade financeira e estruturas conceituais. Escrituração contábil. Demonstrações contábeis. Balanço patrimonial. Demonstração de resultado do exercício. Análise econômico-financeira. Análise vertical e horizontal. Análise da estrutura de capital. Análise de liquidez e solvência. Análise de rentabilidade e de produtividade. Análise do capital de giro. Relatório das análises.

Referências:**Básica**

MARION, José Carlos. **Contabilidade básica**. 12. Rio de Janeiro Atlas 2018

MARTINS, Eliseu. **Análise didática das demonstrações contábeis**. 2. Rio de Janeiro Atlas 2018

WEIL, Roman L. **Contabilidade financeira** introdução aos conceitos, métodos e aplicações. 2. São Paulo Cengage Learning 2016

Complementar:

BRUNI, Adriano Leal. **A análise contábil e financeira, v.4**. 3. São Paulo Atlas 2014

MARTINS, Eliseu. **Análise avançada das demonstrações contábeis** uma abordagem crítica. 2. Rio de Janeiro Atlas 2017

GRIFFIN, Michael P. **Contabilidade e finanças**. São Paulo Saraiva 2012

SALAZAR, José Nicolás Albuja. **Contabilidade financeira**. São Paulo Cengage Learning 2012

SOUZA, Ailton Fernando de (Coord.). **Contabilidade na prática**. São Paulo, SP: Trevisan, 2014.

Pré-requisitos e co-requisitos:

Matemática Financeira.

3º Semestre	Nº 18	Introdução ao Marketing	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
--------------------	--------------	--------------------------------	---

Objetivo geral:

Discutir as abordagens dos conceitos teóricos do marketing, seus fundamentos, características, relações, bem como promover conhecimentos sobre os fundamentos e fatores que influenciam no comportamento de compra e consumo dos consumidores, frente às inovações em gestão.

Ementa:

Principais conceitos relacionados ao marketing. Análise do ambiente de marketing. Composto de marketing: produtos e serviços. Segmentação de mercado: critérios de segmentação de mercado. Comportamento do Consumidor: modelo de comportamento do consumidor; fatores que influenciam no comportamento do consumidor; o processo de decisão de compra do consumidor. Tendências em comportamento dos consumidores.

Referências:

Básica

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary; SANTOS, Dilson Gabriel dos; ALVAREZ, Francisco Javier S. Mendizabal. **Princípios de marketing**. 15. ed. São Paulo: Pearson, c2015. xix, 780 p.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo, SP: Pearson, 2006. xxii, 750 p.

SOLOMON, Michael R. **O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. 9. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2011.

Complementar:

COBRA, Marcos. **Administração de marketing no Brasil**. 4. ed. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, 2015. xxvi, 533 p.

DIAS, Sergio Roberto (Coord.). **Gestão de marketing**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010. 539 p.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0: do tradicional ao digital**. Rio de Janeiro, RJ: Sextante, 2017. 203 p ISBN 9788543105338.

LINDSTROM, Martin. **A Lógica do consumo**. Rio de Janeiro, RJ: HarperCollins Brasil, 2016. 208 p.

PRIDE, William M. **Fundamentos de Marketing**. São Paulo, SP: Cengage Learning, 2015. 621 p.

Pré-requisitos e co-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

3º Semestre	Nº 19	Componente Curricular Optativo III	Hora/aula: 40h Hora/relógio: 33h
--------------------	--------------	---	---

Ementa e Bibliografias: Conforme descrição de cada componente curricular.

3º Semestre	Nº 20	Componente Curricular Optativo IV	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
--------------------	--------------	--	---

Ementa e Referências: Conforme descrição de cada componente curricular.

4º Semestre	Nº 21	Gestão de Custos e Precificação	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
--------------------	--------------	--	---

Objetivo geral

Utilizar os diversos métodos de custeio com o propósito de gerar informações que auxiliarão no processo decisório.

Ementa

Conceito de Despesa. Classificação das despesas: fixas e variáveis. Conceitos básicos de custos. Componentes estruturais de custos. Classificação dos custos: diretos e indiretos. Centros de custos. Departamentalização e rateio de custos. Sistemas de custos. Formação de preço de vendas. Fatores a serem considerados nas decisões de preço. Métodos e aplicações para o estabelecimento de preços. Margem de contribuição. Ponto de equilíbrio. Análise de índices. Análise de rentabilidade.

Referências:

Básica

COELHO, Fabiano Simões. **Formação estratégica de precificação:** como maximizar o resultado das empresas. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

GUERREIRO, R. **Estruturação de sistemas de custos para a gestão da rentabilidade.** São Paulo: Atlas, 2010.

MORANTE, Antônio Salvador; JORGE, Fauzi Timaco. **Formação de preços de venda:** preços e custos, preços e composto de marketing, preços e concorrência, preços e clientes. São Paulo: Atlas, 2009.

Complementar

BORNIA, Antônio Cezar. **Análise gerencial de custos:** aplicação em empresas modernas. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

BRUNI, Adriano Leal. **A Administração de custos, preços e lucros:** com aplicações na HP 12C e excel. 4.ed. São Paulo. Atlas, 2010.

DUBOIS, Alexy; KULPA, Luciana; SOUZA, Luiz Érico. **Gestão de custos e formação de preços:** conceitos, modelos e instrumentos. Abordagem do capital de giro e margem de competitividade. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

LEONE, George Sebastião Guerra. **Curso de contabilidade de custos.** 3.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos.** 10.ed. São Paulo: Atlas. 2010.

Pré-requisitos e co-requisitos:

Matemática Financeira.

4º Semestre	Nº 22	Estatística	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
-------------	-------	-------------	-------------------------------------

Objetivo Geral

Desenvolver o conhecimento de técnicas estatísticas para organizar, descrever e interpretar conjuntos de dados, dominar os fundamentos básicos da teoria da probabilidade e da teoria da estimação.

Ementa

Estatística descritiva: Conceitos iniciais; Medidas de posição; Medidas de variabilidade; Representações gráficas. Probabilidade: Espaço amostral; Experimento aleatório; Cálculo de probabilidades; Distribuições discretas e contínuas de probabilidades. Estatística Inferencial: Noções de amostragem; Estimação; Intervalos de confiança.

Referências:

Básica

ANDERSON, David Ray; SWEENEY, Dennis J.; WILLIAMS, Thomas Arthur. **Estatística aplicada à administração e economia**. 2.ed. São Paulo: Pioneira, 2009.

BUSSAB, Wilton de Oliveira; MORETTIN, Pedro A. **Estatística básica**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

TRIOLA, Mário F. **Introdução à estatística**. 10. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

Complementar

BRUNI, Adriano Leal. **SPSS aplicado à pesquisa acadêmica**. São Paulo: Atlas, 2009.

CRESPO, Antônio Arnot. **Estatística Fácil**. 19. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

LARSON, Ron; FARBER, Elizabeth. **Estatística aplicada**. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

ROSS, Sheldon. **Probabilidade: um curso moderno com aplicações**. São Paulo: Bookman, 2010.

VIEIRA, Sônia; HOFFMANN, Rodolfo. **Elementos de estatística**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

Pré-requisitos e co-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

4º Semestre	Nº 23	Pesquisa de Marketing	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
-------------	-------	-----------------------	-------------------------------------

Objetivo geral:

Propiciar ao discente uma reflexão teórico-prática do processo de pesquisa de marketing, enfatizando os diferentes tipos de pesquisas e a importância das informações no processo de tomada de decisão empresarial.

Ementa:

Definição e classificação da pesquisa de marketing. O processo de pesquisa de marketing: definição de problema de marketing; planejamento da concepção de pesquisa: tipos de pesquisa - pesquisa qualitativa e quantitativa; pesquisa quantitativa: escalas de medição; instrumento de pesquisa; amostragem e tamanho da amostra; coleta e preparação dos dados; análise de dados. Elaboração de relatório de pesquisa.

Referências:

Básica

HAIR JÚNIOR, Joseph F. Et al. **Fundamentos de pesquisa de marketing**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi; GUEVARA, Arnaldo José de Hoyos. **Pesquisa de marketing**. São Paulo: Atlas, 2010.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 6ª. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

Complementar

AAKER, David A.; KUMAR, Vinay; DAY, George S. **Pesquisa de marketing**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

BRUNI, Adriano Leal. **SPSS aplicado a pesquisa acadêmica**. São Paulo: Atlas, 2009.

VIRGILLITO, Salvatore Benito (Org). **Pesquisa de Marketing: Uma Abordagem Quantitativa e Qualitativa**. São Paulo: Saraiva, 2010.

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

VIEIRA, Valter Afonso. **Escalas em Marketing: métricas de resposta do consumidor e de desempenho empresarial**. São Paulo, SP: Atlas, 2011. 135 p.

Pré-requisitos e co-requisitos:

Introdução ao Marketing.

Metodologia da Pesquisa.

4º Semestre	Nº 24	Sistemas de Informações Gerenciais	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
--------------------	--------------	---	---

Objetivo geral:

Compreender a estrutura e a administração dos sistemas de informações gerenciais e sua utilização no processo decisório nas empresas.

Ementa

Contexto atual dos Sistemas de Informação e da Tecnologia da Informação nas empresas. Conceitos Gerais sobre Sistemas de Informações: dado, informação e conhecimento. Processo de implementação de sistemas de informação. Segurança dos sistemas de informações. Sistemas Integrados de Gestão – ERP. Sistemas de apoio a Decisão e Inteligência Competitiva. Sistemas de Gestão de Relacionamento com o Cliente – CRM. Questões éticas e sociais em Sistemas de Informação.

Referências:

Básica

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

LAUDON, Kenneth C.; LAUDON, Jane Price. **Sistemas de informações gerenciais**. 10. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.
O'BRIEN, James A.; MARAKAS, George M. **Administração de sistemas de informação**. 15. ed. Porto Alegre: AMGH, 2013.

Complementar

MAÑAS, Antonio Vico. **Administração de sistemas de informação**. 8. ed. rev. e atual. São Paulo: Érica, 2012. 304 p.
REZENDE, Denis Alcides. **Tecnologia da Informação aplicada a sistemas de informações empresariais: o papel estratégico da informação e dos sistemas de informação nas empresas**. 8 ed. São Paulo: Atlas, 2011.
RAINER JR, R. Kelly; CEGIELSKI, Casey G. **Introdução a sistemas de informação: apoiando e transformando negócios na era da mobilidade**. 3. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, 2011. 454 p.
ROSINI, Alessandro Marco; PALMISANO, Angelo. **Administração de sistemas de informação e a gestão do conhecimento**. 2.ed. rev., ampl. São Paulo: Cengage Learning, c2012. xv. 212 p.
TURBAN, Efraim; MCLEAN, Ephraim R.; WETHERBE, James C. **Tecnologia da informação para gestão: transformando os negócios na economia digital**. 6.ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

Pré-requisitos e co-requisitos:

Informática Aplicada à Administração

4º Semestre	Nº 25	Gestão de Produção e Operações	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
--------------------	--------------	---------------------------------------	---

Objetivo geral:

Desenvolver no discente as habilidades específicas para a sua atuação na gestão industrial, propiciando o contato com as modernas técnicas de gestão da produção.

Ementa

Conceitos e evolução da administração da produção e de operações. As funções da área de produção e operações. Definição, análise e melhoria de processos. Sistemas de produção e operações. Estratégias Produtivas. Capacidade, localização e arranjo físico das instalações. Layout de produtivo. Planejamento, programação e controle da produção. Administração dos fluxos materiais e de produtos em produção. Manutenção industrial. Gestão da qualidade e da produtividade. Desafios e inovações em gestão da produção.

Referências:

Básica

CORRÊA, Henrique L.; CORRÊA, Carlos A. **Administração de produção e operações: manufatura e serviços: uma abordagem estratégica**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011. 690 p.
MARTINS, Petrônio G.; LAUGENI, Fernando P. **Administração da produção**. São Paulo: Saraiva, 2012. xii, 253 p.
SLACK, Nigel; CHAMBERS, Stuart; JOHNSTON, Robert. **Administração da produção**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009. 703 p.

Complementar

BALLESTERO-ALVAREZ, María Esmeralda. **Gestão de qualidade, produção e operações**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012. 460 p.

KRAJEWSKI, Lee J.; RITZMAN, Larry P.; MALHOTRA, Manoj K. **Administração de produção e operações**. 8. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

MOREIRA, Daniel Augusto. **Administração da produção e operações**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011. 624 p.

RODRIGUES, Marcus Vinicius Carvalho. **Entendendo, aprendendo e desenvolvendo Sistema de Produção Lean Manufacturing**. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, 2014. 148 p.

WIENEKE, Falko. **Gestão da produção: planejamento da produção e atendimento de pedidos**. São Paulo, SP: Edgard Blücher, 2009. 216 p.

Pré-requisitos e co-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

4º Semestre	Nº 26	Componente Curricular Optativo V	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
-------------	-------	----------------------------------	-------------------------------------

Ementa e Referências: Conforme descrição de cada componente curricular.

5º Semestre	Nº 27	Gestão da Tecnologia de Informação	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
-------------	-------	------------------------------------	-------------------------------------

Objetivo geral

Capacitar os discentes para realizar a gestão e de tomada de decisão no contexto específico da relação entre a tecnologia de informação e os negócios.

Ementa:

Planejamento e Gerenciamento Estratégico de TI. Introdução aos modelos de negócios na era da informação. Estratégias competitivas. Estruturação da área de T.I. Alinhamento estratégico da tecnologia da informação. Governança de TI. Modelos de Terceirização de sistemas (Outsourcing). Relacionamento com usuários e com a alta direção. O papel das Fábricas de Software. Métricas de Qualidade e Confiabilidade na Gestão de TI. Certificações CMM, CMMi, ITIL, Cobit, ISO 9000-3. O papel do CIO (Chief Information Officer).

Referências:

Básica

AKABANE, Getulio K. **Gestão Estratégica da Tecnologia da Informação: conceitos, metodologias, planejamento**. Porto Alegre: Atlas, 2012.

REZENDE, Denis Alcides; 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**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

ROSSETTI, José P.; ANDRADE, Adriana. **Governança Corporativa**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

Complementar

MCGEE, James; PRUSAK, Laurence. **Gerenciamento estratégico da informação**: aumente a competitividade e a eficiência de sua empresa utilizando a informação como uma ferramenta estratégica. Rio de Janeiro: Elsevier, 1994.

WEIL, Peter; ROSS, Jeanne. **Governança de TI – Tecnologia da Informação**. São Paulo: Makron, 2005.

TURBAN, Efraim et al. **Tecnologia da informação para gestão**: transformando os negócios na economia digital. 6. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2010.

LAUDON, Kenneth C.; LAUDON, Jane Price. **Sistemas de informações gerenciais**. 7. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

O'BRIEN, James A. **Sistemas de informação e as decisões gerenciais na era da Internet**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

Pré-requisitos e co-requisitos:

Informática Aplicada à Administração

5º Semestre	Nº 28	Direito Empresarial	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
-------------	-------	---------------------	-------------------------------------

Objetivo geral:

Promover a reflexão e o aprendizado sobre orientações, perspectivas teóricas e práticas da aplicação de normas constitucionais privadas relacionadas ao direito de empresas.

Ementa

Empresário: características para ser empresário de acordo com o Código Civil. Nome empresarial. Empresário individual (MEI), Empresa Individual de Responsabilidade Limitada. Direito societário: sociedade simples e sociedades empresárias. Sociedade Limitada e Sociedade Anônima: constituição, dissolução e extinção de empresas. Contratos Empresariais. Recuperação Judicial. Direito do Consumidor: relação jurídica de consumo. Responsabilidade civil nas relações de consumo, práticas e cláusulas contratuais abusivas. Direitos Humanos.

Referências:

Básica

COELHO, Fábio Ulhoa. **Manual de direito comercial**. 15.ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

MAMEDE, Gladston. **Direito empresarial brasileiro**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2012.

MARQUES, Cláudia L.; BENJAMIN, Antônio H.V.; BESSA, Leonardo R. **Manual de direito do consumidor**. 6.ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012.

Complementar

CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de direito do consumidor**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

FARIA, Danielle Parolaria; GRAMANI, Vanessa. **Noções básicas de direito para administradores e gestores**. 2. ed. São Paulo: Alínea, 2013.

GUSMÃO, Mônica. **Lições de direito empresarial**. 10.ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2011.

REQUIÃO, Rubens. **Curso de direito comercial**. 28. ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

TOMAZETTE, Marlon. **Curso de direito empresarial**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2011.

Pré-requisitos e co-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

5º Semestre	Nº 29	Gestão Orçamentária e Controladoria	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
-------------	-------	-------------------------------------	-------------------------------------

Objetivo geral:

Proporcionar aos discentes conhecimentos relacionados a elaboração de orçamento empresarial e controladoria, oportunizando o desenvolvimento de competências, habilidades e estratégias que auxiliem no planejamento e controle empresarial.

Ementa

Orçamento empresarial: definição e objetivos; terminologias; conceitos de orçamento; tipos de orçamento; orçamento, inflação e moedas; organização e processo de elaboração; construção de cenários e elaboração de premissas; estrutura de plano orçamentário. Demonstrações contábeis projetadas. Controladoria: funções e atribuições. Sistema de informação contábil. Controladoria no apoio do planejamento operacional. Valor da empresa. BSC - *Balanced Scorecard*.

Referências:

Básica

FREZATTI, Fábio. **Orçamento empresarial planejamento e controle gerencial**. 6. Rio de Janeiro Atlas 2015

HOJI, Masakazu. **Administração financeira e orçamentária**: matemática financeira aplicada, estratégias financeiras, orçamento empresarial. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Controladoria básica**. 3. São Paulo Cengage Learning 2016

Complementar:

MOREIRA, Jose Carlos. **Orçamento empresarial**: manual de elaboração. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2011.

NAKAGAWA, Masayuki. **Introdução à controladoria**: conceitos, sistemas, implementação. 1.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

NASCIMENTO, Auster Moreira. **Controladoria** instrumento de apoio ao processo decisório. 2. São Paulo Atlas 2015

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Controladoria estratégica aplicada** conceitos, estrutura e sistema de informações. São Paulo Cengage Learning 2016

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Planejamento econômico e orçamento** contabilometria integrando estratégia e planejamento orçamentário. São Paulo Saraiva 2017

Pré-requisitos e co-requisitos:

Contabilidade Financeira.

5º Semestre	Nº 30	Gestão de Marketing	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
-------------	-------	---------------------	-------------------------------------

Objetivo Geral

Analisar o composto de marketing, traçando estratégias que visem a melhoria de produtos e serviços, otimizando a relação entre empresa, mercado e sustentabilidade.

Ementa

Estratégias de marketing. Estratégias de produtos e novos produtos. Gerenciamento e estratégias de serviços. Estratégias de preços em produtos e serviços. Estratégias de canais e redes de valor. Estratégias de comunicação integrada de marketing. Plano de marketing. Marketing sustentável.

Referências

Básica

DIAS, Sérgio Roberto (Coord.). **Gestão de marketing**. 2ed São Paulo: Saraiva, 2010.
KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary; SANTOS, Dilson Gabriel dos; ALVAREZ, Francisco Javier S. Mendizabal. **Princípios de marketing**. 15. ed. São Paulo: Pearson, c2015. xix, 780 p.
KOTLER, Philip.; KELLER, Kevin L. **Administração de marketing: A Bíblia do Marketing**. 12° ed. Person: São Paulo, 2012.

Complementar

COBRA, Marcos. **Administração de marketing no Brasil**. 4. ed. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, 2015. xxvi, 533 p.
CHURCHILL, Gilbert A.; PETER J. Paul. **Marketing: criando valor para o cliente**. São Paulo: Saraiva, 2010.
FERRELL, O. C.; HARTLINE, Michael D. (Aut); BACELLAR, Cristina; IKEDA, Ana A. (Trad.). **Estratégia de marketing: teoria e casos**. 3. ed. São Paulo, SP: Cengage Learning, 2017. xx, 620 p.
KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo, SP: Pearson, 2006. xxii, 750 p.
URDAN, Flavio Torres; URDAN, André Torres. **Marketing estratégico no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2010.

Pré-requisitos e co-requisitos:

Introdução ao Marketing.

5° Semestre	N° 31	Métodos Quantitativos	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
-------------	-------	-----------------------	-------------------------------------

Objetivo geral

Desenvolver habilidades para correlacionar, prever, comparar e analisar dados quantitativos amostrais por meio de técnicas da inferência estatística, obtendo conclusões estatisticamente sustentadas.

Ementa:

Testes de Hipóteses. Teste-t de Student. Análise de Variância. Correlação Linear. Regressão Linear Simples. Regressão Linear Múltipla. Teste de Associação Qui-quadrado. Estatística não paramétrica.

Referências:

Básica

ANDERSON, David Ray; SWEENEY, Dennis J.; WILLIAMS, Thomas Arthur. **Estatística aplicada à administração e economia**. 2.ed. São Paulo: Pioneira, 2009.

LEVIN, Jack; FOX, James Alan; FORDE, David R. **Estatística para Ciências Humanas**. 11. ed. São Paulo: Pearson, 2012.

TRIOLA, Mário F. **Introdução à estatística**. 10. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

Complementar

BRUNI, Adriano Leal. **SPSS aplicado à pesquisa acadêmica**. São Paulo: Atlas, 2009.

BUSSAB, Wilton de Oliveira; MORETTIN, Pedro A. **Estatística básica**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

FREUND, John E. **Estatística Aplicada: economia, administração e contabilidade**. 11. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

LARSON, Ron; FARBER, Elizabeth. **Estatística aplicada**. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

SIEGEL, Sidney; CASTELLAN, John N. Jr. **Estatística Não-paramétrica para Ciências do Comportamento**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

Pré-requisitos e co-requisitos:

Estatística.

5º Semestre	Nº 32	Componente Curricular Optativo VI	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
-------------	-------	-----------------------------------	-------------------------------------

Ementa e Referências: Conforme descrição de cada componente curricular.

6º Semestre	Nº 33	Direito Tributário	Hora/aula: 40h Hora/relógio: 33h
-------------	-------	--------------------	-------------------------------------

Objetivo geral:

Propiciar conhecimentos à compreensão do Sistema Constitucional Tributário Nacional, mediante exposição das regras jurídicas relativas aos tributos em espécie em nível municipal, estadual e federal.

Ementa

Conceito e princípios do direito tributário. Tributo, espécies tributárias, discriminação de competências e princípios constitucionais. Obrigação, crédito e lançamento tributários. Vigência, aplicação e interpretação das normas tributárias. Sujeito passivo e ativo. Responsabilidade tributária. Formas de extinção, suspensão e exclusão do crédito tributário.

Referências:

Básica

COÊLHO, Sacha Calmon Navarro. **Curso de direito tributário brasileiro**. 12. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Forense, 2012.

MACHADO, Hugo de Brito. **Curso de direito tributário**. 36.ed. São Paulo: Malheiros, 2015.

PAULSEN, Leandro. **Curso de Direito Tributário**. 3. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2010.

Complementar

ÁVILA, Humberto. **Sistema constitucional tributário**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

BALEEIRO, Aliomar. **Direito tributário brasileiro**. 13.ed. São Paulo: Forense, 2015.

CARVALHO, Paulo de Barros. **Curso de direito tributário**. 22. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

PAULSEN, Leandro. **Direito tributário - constituição e código tributário**. 12. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2010.

BRASIL. **Código Tributário Nacional**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/15172.htm. Acesso em 23/05/2019.

Pré-requisitos e co-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

6º Semestre	Nº 34	Gestão de Projetos	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
--------------------	--------------	---------------------------	---

Objetivo geral:

Proporcionar aos discentes a construção de modelos mentais que auxiliem na análise crítica sobre a Gestão de Projetos, sua origem e seu enquadramento junto ao cotidiano, observando ainda as variáveis existentes junto aos processos estratégicos confeccionados pela organização.

Ementa

Definição de projeto. Importância e evolução da gestão de projetos. Papel do gestor de projetos e de sua equipe. Diferença entre projetos e processos. Planejamento de projetos Estrutura Analítica de Projetos (EAP). Ferramentas para gestão de projetos: Diagrama de Gantt, gráfico de rede PERT/CPM, caminho crítico, entre outros. Ferramentas computacionais para gestão de projetos. Análise de custos envolvidos no projeto. Cronogramas Físico e Financeiro. Análise de viabilidade de projetos empresariais, sociais e regionais. Execução, acompanhamento e controle do projeto. Avaliação e encerramento do projeto.

Referências:

Básica

KERZNER, Harold; SALADIS, Frank P. **O que os executivos precisam saber: sobre gerenciamento de projetos**. Porto Alegre, RS: Bookman, 2011. 304 p.

FONSECA, José Wladimir Freitas da. **Elaboração e análise de projetos/ a viabilidade econômico-financeira**. São Paulo: Atlas, 2012. 210 p.

GRAY, Clifford F. **Gerenciamento de projetos: o processo gerencial**. 4. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2009. 589 p.

Complementar

WOILER, Samsão; MATHIAS, Washington Franco. **Projetos: planejamento, elaboração, análise**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

MENEZES, Luís César de Moura. **Gestão de projetos**. 3. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2009.

PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. **Um guia do conhecimento em gerenciamento de projetos: (Guia PMBOK)**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2013. 589 p.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Administração de projetos: como transformar ideias em resultados**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MOREIRA, Daniel Augusto. **Administração da produção e operações**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011. 624 p.

SLACK, Nigel; CHAMBERS, Stuart; JOHNSTON, Robert. **Administração da produção**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009. 703 p.

Pré-requisitos e co-requisitos:

Não possui pré-requisitos

6º Semestre	Nº 35	Logística Empresarial	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
--------------------	--------------	------------------------------	---

Objetivo geral:

Abordar os principais aspectos e conceitos da logística empresarial a partir do enfoque integrado dos elementos que compõem a cadeia de suprimentos, caracterizando a importância dos elementos integrantes e um bom planejamento logístico para a administração de recursos como agente canalizador da eficiência dos sistemas com foco ao melhor atendimento ao mercado consumidor.

Ementa:

Conceitos, evolução e funções da logística. Gerenciamento da Cadeia de abastecimento integrada. Transportes. Gestão de compras e logística de entrada. Gestão de estoques e armazenagem. Canais de distribuição. Distribuição física. Logística reversa. O comércio, a logística e inovações logísticas.

Referências:

Básica

BALLOU, Ronald H. **Logística empresarial: Transportes, administração de materiais e distribuição física**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

BOWERSOX, Donald J.; CLOSS, David J. **Logística empresarial: o processo de integração da cadeia de suprimento**. São Paulo: Atlas, 2007.

NOVAES, Antonio. **Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição: estratégia, operação e avaliação**. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015.

Complementar

CHING, Hong Yuh. **Gestão de estoques na cadeia de logística integrada: supply chain**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

DIAS, Marco Aurélio P. **Administração de Materiais: uma abordagem logística**. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

POZO, Hamilton. **Administração de recursos materiais e patrimoniais: uma abordagem logística**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

ROCHA, Marcos L. Aparecido; SOUZA, José M. Meireles de. **Canais de Distribuição e Geomarketing**. São Paulo: Saraiva, 2017.

WANKE, Peter F. **Logística e Transporte de cargas no Brasil: produtividade e eficiência no Século XXI**. São Paulo: Atlas, 2010

Pré-requisitos e co-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

6º Semestre	Nº 36	Gestão Estratégica	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
-------------	-------	--------------------	-------------------------------------

Objetivo geral:

Apresentar e discutir os principais conceitos, metodologias e ferramentas relacionados à gestão estratégica, com vistas à formação de profissionais com visão sistêmica sobre o pensamento estratégico e o processo de formação e implementação de estratégias.

Ementa:

Fundamentos da administração estratégica: conceitos e importância da administração estratégica. O modelo de administração estratégica. O planejamento estratégico: conceitos e importância. Etapas do planejamento. Análise do Ambiente: diagnóstico interno (empresa) e externo (mercado). Ferramentas de administração estratégica. As estratégias de competição e cooperação. BSC - Balanced Scorecard.

Referências:

Básica

HITT, Michael A.; IRELAND, R. Duane; HOSKISSON, Robert E. **Administração estratégica**. São Paulo: Thomson Pioneira, 2007.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Administração estratégica na prática a competitividade para administrar o futuro das empresas**. 8. São Paulo Atlas 2013

WRIGHT, Peter L.; KROLL, Mark J; PARNELL, John A. **Administração estratégica: conceitos**. São Paulo: Atlas, 2009.

Complementar:

HOSKISSON, Robert E. Et al. **Estratégia competitiva**. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

KAPLAN, Robert S.; NORTON, David P.; SERRA, Afonso Celso da Cunha. **Alinhamento**. Rio de Janeiro, RJ: Campus, 2006 335 p

MINTZBERG, Henry; AHLSTRAND, Bruce; LAMPEL, Joseph. **Safári de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento estratégico: conceitos, metodologias e práticas**. São Paulo: Atlas, 2010.

PORTER, Michael E. **Competição**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

Pré-requisitos e co-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

6º Semestre	Nº 37	Liderança e Relações Interpessoais	Hora/aula: 40h Hora/relógio: 33h
-------------	-------	------------------------------------	-------------------------------------

Objetivo geral:

Desenvolver competências relacionadas à liderança e a dinâmica das relações interpessoais no ambiente organizacional.

Ementa:

O capital humano como diferencial competitivo. Relações interpessoais. Liderança e as relações de poder nas organizações. Competências do líder. Estilos de liderança. Gestão de grupos e equipes. Negociação e gestão de conflitos. Tendências e inovações em liderança.

Referências:

Básica

BARBIERI, Ugo Franco. **Gestão de pessoas nas organizações: A aprendizagem da liderança e da Inovação.** 1. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

GRIFFIN, Ricky W. **Comportamento organizacional: gestão de pessoas e organizações.** São Paulo: Cengage Learning, 2015.

SOARES, Maria Thereza Rubim Camargo. **Liderança e Desenvolvimento de equipes.** 1. ed. São Paulo: Perarson, 2015.

Complementar

BARBIERI, Ugo Franco. **Gestão de pessoas nas organizações: conceitos básicos e aplicações.** São Paulo: Atlas, 2016

FISCHER, André Luiz; DUTRA, Joel Souza; AMORIN, Wilson Aparecido Costa de (Org.). **Gestão de pessoas: desafios estratégicos das organizações contemporâneas.** São Paulo: Atlas, 2009.

MÓSCA, Hugo Motta Bacêllo; CEREJA, José Ricardo; BASTOS, Sérgio Augusto Pereira. **Gestão de pessoas nas organizações contemporâneas.** 1. ed. - Rio de Janeiro : LTC, 2014.

MARRAS, Jean Pierre. **Administração de recursos humanos: do operacional ao estratégico.** 15.ed. – São Paulo: Saraiva, 2016.

SOARES, Maria Thereza Rubim Camargo. **Liderança e Desenvolvimento de equipes.** 1. ed. São Paulo: Perarson, 2015

Pré-requisitos e co-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

6º Semestre	Nº 38	Administração Financeira de Curto Prazo	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
--------------------	--------------	--	---

Objetivo geral:

Capacitar o discente para a tomada de decisão através do raciocínio lógico e objetivo e mostrar como as decisões, nas mais diversas áreas da empresa, repercutem sobre a área financeira e como os executivos financeiros tomam suas decisões para manter a empresa equilibrada e rentável.

Ementa

Introdução às Finanças Corporativas. Fluxo de Caixa. Análise de Demonstrações e Modelos Contábeis. Valor e Orçamento de Capital. Avaliação, Análise e Decisões de Investimentos. Análise de Riscos, Opções Reais e Orçamento de Capital.

Referências:

Básica

BREALEY, R. A.; MYERS, S. C.; ALLEN, F. **Princípios de finanças corporativas.** 10. ed. Porto Alegre: AMGH, 2013.

GITMAN, Lawrence J.; ZUTTER, Chad J. **Princípios de administração financeira**. 16. ed. São Paulo: Pearson Education, 2016.

ROSS, Stephen A.; WESTERFIELD, Randolph W.; JAFFE, Jeffrey; LAMB, Roberto. **Fundamentos de administração financeira**. 9. ed. Porto Alegre: McGraw-Hill, 2013.

Complementar

BRIGHAM, Eugene F.; EHRHARDT, Michael C.; GAPENSKI, Louis C. **Administração financeira: teoria e prática**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

CORNETT, Marcia Millon; TROY, A. Adair Jr; NOFSINGER, John. **Finanças**. Porto Alegre: McGraw-Hill, 2013.

HIGGINS, Robert C. **Análise para administração financeira**. 10. ed. Porto Alegre: McGraw-Hill, 2014.

LEMES JÚNIOR, Antonio Barbosa; RIGO, Claudio Miessa; CHEROBIM, Ana Paula Mussi S. **Administração financeira: princípios, fundamentos e práticas brasileiras**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

TITMAN, Sheridan; MARTIN, John D. **Avaliação de projetos e investimentos {Valuation}**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

Pré-requisitos e co-requisitos:

Contabilidade Financeira

6º Semestre	Nº 39	Oficina em Organizações	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
-------------	-------	-------------------------	-------------------------------------

Objetivo geral

Aplicar o conhecimento interdisciplinar e desenvolver habilidades para diagnóstico e análise da realidade organizacional.

Ementa:

Diagnóstico e proposta de melhoria em organizações, através da elaboração de um trabalho em uma das áreas da administração. Elaboração de relatório.

Referências:

Básica

BARBIERI, Ugo Franco. **Gestão de pessoas nas organizações: A aprendizagem da liderança e da Inovação**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

GITMAN, Lawrence J.; ZUTTER, Chad J. **Princípios de administração financeira**. 162 ed. São Paulo: Pearson Education, 2010.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo, SP: Pearson, 2006. xxii, 750 p.

Complementar

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **Informação e documentação: trabalhos acadêmicos: apresentação. NBR 14724/2005**. Rio de Janeiro, 2005.

CORRÊA, Henrique L.; CORRÊA, Carlos A. **Administração de produção e operações: manufatura e serviços: uma abordagem estratégica**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011. 690 p.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 6.ed. São Paulo, SP: LTC, Atlas, 2016. 267 p.

HITT, Michael A.; IRELAND, R. Duane; HOSKISSON, Robert E. **Administração estratégica**. São Paulo: Thomson Pioneira, 2007.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Administração para Empreendedores**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

Pré-requisitos:

Introdução ao Marketing.

Gestão de Pessoas.

Estratégias de Custo e Precificação.

Gestão de Produção e Operações.

7º Semestre	Nº 40	Gestão Sustentável	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
-------------	-------	--------------------	-------------------------------------

Objetivo geral:

Promover a construção de conhecimentos teóricos e práticos sobre gestão sustentável nas empresas, preparando o discente para atuação no trabalho, influenciando positivamente também seu convívio social.

Ementa

Conceito de sustentabilidade e desenvolvimento sustentável. Dimensões da Sustentabilidade. Gestão ambiental empresarial. Sistemas de gestão ambiental. Avaliação do ciclo de vida do produto. Gestão sustentável em organizações. Ferramentas e metodologias de gestão sustentável. Sistemas de gestão ambiental. Gerenciamento de riscos ambientais. Gestão ambiental das indústrias e de serviços. Impacto e instrumentos de gestão ambiental na indústria e nos serviços. Legislação ambiental.

Referências:

Básica

ALMEIDA, Josimar Ribeiro de. **Gestão ambiental para o desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro: Thex: Almeida Cabral, 2014.

BARBIERI, José Carlos. **Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos**. 3.ed. atual e ampliada, São Paulo: Saraiva, 2013.

KOHN, Ricardo. **Ambiente e sustentabilidade: metodologias para gestão**. Rio de Janeiro, RJ: LTC, 2015. 607 p. ISBN 9788521627319.

Complementar

BARSANO, Paulo Roberto; Barbosa, Rildo Pereira. **Gestão ambiental**. São Paulo: Érica, 2014.

DIAS, Reinaldo. **Gestão ambiental: Responsabilidade social e sustentabilidade**. 2.ed., São Paulo: Atlas, 2011.

SILVA, Gibson Zucca da; PEREIRA, Adriana Camargo; CARBONARI, Maria Elisa Ehrhardt. **Sustentabilidade, responsabilidade social e meio ambiente**. 1 ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

SEIFFERT, Mari Elizabete Bernardini. **Iso 14001 sistemas de gestão ambiental: Implantação objetiva e econômica**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

VILELA JUNIOR, Alcir; DEMJOROVIC, Jacques. (Org.) et al. **Modelos e ferramentas de gestão ambiental: desafios e perspectivas para as organizações**. 3. ed. São Paulo: Editora Senac, 2013.

Pré-requisitos e co-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

7º Semestre	Nº 41	Negócios Digitais	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
-------------	-------	-------------------	-------------------------------------

Objetivo geral:

Promover a construção de conhecimentos teóricos e práticos sobre negócios digitais, preparando o estudante para atuação no mundo digital.

Ementa

Conceitos, histórico e panorama atual dos negócios digitais no Brasil e no mundo. Canais *on-line*. *E-Commerce*, Mídias sociais e Redes sociais. Comportamento do consumidor na internet. Monitoramento e medição de resultados de negócios digitais. Planejamento de marketing digital. Questões éticas, legais, de segurança e desafios dos negócios digitais.

Referências:**Básica**

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

MARQUES, Vasco. **Marketing digital 360**. Lisboa: Conjuntura Actual Editora, 2014.

TURCHI, S. R. **Estratégias de Marketing Digital e E-Commerce**. 1.ed. São Paulo: Atlas, 2012.

Complementar

FELIPINI, D. **Empreendedorismo na Internet - Como agarrar esta nova oportunidade de negócios**. Lebooks, 2013.

MICELI, André L; SALVADOR, Daniel O. **Planejamento de marketing digital**. 2. ed. Rio de Janeiro: Brasport, 2017.

REZ, Rafael. **Marketing de conteúdo: a moeda do século XXI**. São Paulo: DVS Editora, 2016.

STRAUSS, Judy; FROST, Raymond. **E-marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

VAZ, Conrado Adolpho. **Os 8 Os do marketing digital: o guia de marketing digital**. São Paulo, SP: 2011.

Pré-requisitos e co-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

7º Semestre	Nº 42	Administração Financeira de Longo Prazo	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
-------------	-------	---	-------------------------------------

Objetivo geral:

Capacitar o discente para decidir sobre a seleção e implementação de projetos de investimentos, avaliando o risco e sua interação com outras variáveis relevantes para a decisão.

Ementa

Avaliação de Ações. Risco e Retorno. Estrutura de Capital e Política de Dividendos. Financiamentos de Longo Prazo. Opções, Futuros e Finanças Corporativas. Finanças de Curto Prazo. Fusões, Aquisições e Desinvestimentos. Finanças Corporativas Internacionais.

Referências:

Básica

BREALEY, R. A.; MYERS, S. C.; ALLEN, F. **Princípios de finanças corporativas**. 10. ed. Porto Alegre: McGraw-Hill, 2013.

GITMAN, Lawrence J.; ZUTTER, Chad J. **Princípios de administração financeira**. 162 ed. São Paulo: Pearson Education, 2010.

ROSS, Stephen A.; WESTERFIELD, Randolph W.; JAFFE, Jeffrey; LAMB, Roberto. **Administração financeira**. 10. ed. Porto Alegre: McGraw-Hill, 2015.

Complementar

BRIGHAM, Eugene F.; EHRHARDT, Michael C.; GAPENSKI, Louis C. **Administração financeira: teoria e prática**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

CORNETT, Marcia Millon; TROY, A. Adair Jr; NOFSINGER, John. **Finanças**. Porto Alegre: McGraw-Hill, 2013.

HIGGINS, Robert C. **Análise para administração financeira**. 10. ed. Porto Alegre: McGraw-Hill, 2014.

LEMES JÚNIOR, Antonio Barbosa; RIGO, Claudio Miessa; CHEROBIM, Ana Paula Mussi S. **Administração financeira: princípios, fundamentos e práticas brasileiras**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

TITMAN, Sheridan; MARTIN, John D. **Avaliação de projetos e investimentos {Valuation}**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

Pré-requisitos e co-requisitos:

Administração Financeira de Curto Prazo

7º Semestre	Nº 43	Empreendedorismo e Plano de Negócios	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
-------------	-------	--------------------------------------	-------------------------------------

Objetivo geral

Oferecer suporte para o desenvolvimento da atitude empreendedora, possibilitando a identificação de oportunidades de negócios e a elaboração de um plano de negócios.

Ementa

O processo empreendedor. Perfil empreendedor. Tipos de empreendedorismo. Inovação e identificação de oportunidades de negócios inovadores. Fontes de financiamentos. Plano de negócios. Estrutura e elaboração do plano de negócios.

Referências:

Básica

CECCONELLO, Antonio Renato; AJZENTAL, Alberto. **A construção do plano de negócio: percurso metodológico para caracterização da oportunidade, estruturação do projeto conceptual, compreensão do contexto, definição do negócio, desenvolvimento da estratégia, dimensionamento das operações, projeção de resultados, análise de viabilidade**. São Paulo: Saraiva, 2008.

DORNELAS, José; TIMMONS, Jeffrey A.; SPINELLI, Stephen. **Criação de novos negócios: empreendedorismo para o século 21**. São Paulo: Elsevier, 2010.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios** 6.ed. São Paulo, SP: LTC, Atlas, 2016. 267 p.

Complementar

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. Porto Alegre, RS: Bookman, 2009.

LENZI Fernando César; KIESEL, Marcio Daniel (Org). **O empreendedor de visão**. São Paulo: Atlas 2009.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Empreendedorismo**. 1.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

STADLER (ORG.), Adriano; HALICKI, Zelia. ARANTES, Elaine Cristine. **Empreendedorismo e Responsabilidade Social**. Curitiba: Ibplex, 2011.

SALIM, Cesar Simões. **Construindo planos de empreendimentos: negócios lucrativos, ações sociais e desenvolvimento social**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

Pré-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

7º Semestre	Nº 44	Ética e Sociedade	Hora/aula: 40h Hora/relógio: 33h
-------------	-------	-------------------	-------------------------------------

Objetivo geral:

Caracterizar as principais correntes éticas relacionando-as com as atuais questões políticas, profissionais, étnicas, sociais e relativas aos direitos humanos.

Ementa

Conceitos e fundamentos de ética e filosofia moral. Os conflitos éticos da sociedade atual e sua relação com os Direitos Humanos e o mundo do trabalho. Ética Deontológica e os Conselhos Profissionais. Ética Profissional Responsabilidade Social. Código de Ética do Administrador. Ética e administração pública. Ética na Administração Privada e o Capital Social. Ética na gestão empresarial e responsabilidade socioambiental. História da cultura afro-brasileira, africana e indígena. Políticas de proteção dos direitos da pessoa com transtorno do espectro autista.

Referências:

Básica

ALONSO, Félix Ruiz; GRANIZO LÓPEZ, Francisco; CASTRUCCI, Plínio de Lauro. **Curso de ética em administração**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

SOTO PINEDA, Eduardo; CÁRDENAS MARROQUÍN, José Antonio. **Ética nas empresas**. São Paulo: McGraw-Hill, 2009.

VALLS, Álvaro Luiz Montenegro. **O que é ética**. 9. ed. São Paulo: Brasiliense, 2013. 83 p. (Coleção primeiros passos; 177).

Complementar

ARISTÓTELES. **Ética a Nicômaco**. 3. ed. São Paulo: Edipro, 2009.

CANTO-SPERBER, M. **Dicionário de ética e filosofia moral**. 2. ed. São Leopoldo: Unisinos, 2013.

CONSELHO FEDERAL DE ADMINISTRAÇÃO. **Código de ética dos profissionais de administração**. Disponível em:

http://documentos.cfa.org.br/arquivos/resolucao_537_2018_665.pdf Acesso em 04 mai. 2019.

KANT, Immanuel. **Fundamentação da metafísica dos costumes**. São Paulo: Edições 70, 2009.

WEBER, Max. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. São Paulo: Companhia das letras, 2004.

Pré-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

7º Semestre	Nº 45	Visão Sistêmica e Complexidade	Hora/aula: 40h Hora/relógio: 33h
-------------	-------	--------------------------------	-------------------------------------

Objetivo Geral

Apresentar e aplicar o pensamento sistêmico como método de análise e solução de problemas complexos, considerando organizações enquanto sistemas inter-relacionados.

Ementa:

Conceitos e aspectos gerais da teoria de sistemas complexos, considerando paradigmas sociológicos e sistêmicos. Abordagem sistêmica para análise e resolução de problemas complexos.

Referências

Básica:

ANDRADE, Aurélio, SELEME, Acyr, RODRIGUES, L.H., SOUTO, Rodrigo. **Pensamento Sistêmico – Caderno de Campo**, Porto Alegre: Editora Bookaman, 2006.

SENGE, Peter M. **A Quinta Disciplina - Arte, Teoria e Prática da Organização que Aprende**. São Paulo, Best Seller, 1990.

SENGE, Peter, KLEINER, Art, ROBERTS, Charlotte, ROSS, Richard e SMITH, Bryan J. **A Quinta Disciplina - Caderno de Campo**. Rio de Janeiro, Qualitymark, 1995.

Complementar:

SCHWARTZ, Peter. **A Arte da Visão de Longo Prazo**. São Paulo, Best Seller, 2000.

CABRA, Fritjof; LUISI, Pier Luigi. **A Visão Sistêmica da vida: uma concepção unificada e suas implicações filosóficas, políticas, sociais e econômicas**. Culdrix-Amana Key, 2014.

MARTINELLI, Dante Pinheiro; VENTURA, Carla Aparecida Arena (orgs). **Visão Sistêmica e Administração: Conceitos, Metodologias e Aplicações**. São Paulo: Saraiva, 2006.

VAN DER HEIJDEN, Kees. **Scenarios: The Art of Strategic Conversations**. New York, John Wiley & Sons, 1996.

PIDD, M. **Modelagem empresarial: ferramentas para tomada de decisão**. Porto Alegre: Editora Bookman, 1997.

Pré-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

7º Semestre	Nº 46	Projeto do Trabalho de Conclusão de Curso	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
-------------	-------	---	-------------------------------------

Objetivo geral:

Desenvolver a interdisciplinariedade entre os componentes curriculares do curso, estimulando atividades de pesquisa e iniciação científica e utilizando os conhecimentos abordados durante o curso.

Ementa: Etapas do projeto de trabalho de conclusão de curso. Definição e elaboração do projeto de trabalho de conclusão de curso, numa abordagem interdisciplinar, integrando os conteúdos ministrados no decorrer do curso.

Referências

Básicas

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Administração para Empreendedores. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

ROESCH, S.M.A. Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de pesquisa em administração**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 277 p.

Complementar

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **Informação e documentação: trabalhos acadêmicos**: apresentação . ABNT. 2015.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 11.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

SALOMON, Délcio Vieira. **Como fazer uma monografia**. 12. ed. rev. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

Pré-requisitos:

Administração e Empreendedorismo.

Metodologia da Pesquisa.

Gestão de Pessoas.

Gestão de Custos e Precificação.

Gestão de Produção e Operações.

Gestão de Marketing.

8º Semestre	Nº 47	Trabalho de Conclusão de Curso	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
--------------------	--------------	---------------------------------------	---

Objetivo geral:

Desenvolver a interdisciplinariedade entre os componentes curriculares do curso, estimulando atividades de pesquisa e iniciação científica e utilizando os conhecimentos abordados durante o curso e na disciplina de Projeto de Conclusão de Curso.

Ementa

Elaboração de trabalho teórico-prático e interdisciplinar, integrando os conteúdos ministrados no decorrer do curso.

Referências

Básicas

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Administração para Empreendedores. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

ROESCH, S.M.A. Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de pesquisa em administração**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 277 p.

Complementar

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **Informação e documentação: trabalhos acadêmicos**: apresentação. ABNT. 2015.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 11.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

SALOMON, Délcio Vieira. **Como fazer uma monografia**. 12. ed. rev. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

Pré-requisitos:

Projeto de Conclusão de Curso.

Gestão Estratégica.

Empreendedorismo e Plano de Negócios.

8º Semestre	Nº 48	Estágio Curricular Obrigatório	Horas/relógio: 300h Horas/aula: 360h
--------------------	--------------	---------------------------------------	---

Objetivo geral:

Proporcionar ao estudante a oportunidade de comparar e aplicar os conhecimentos adquiridos ao longo de sua formação acadêmica com a realidade organizacional, através da observação e análise da prática administrativa e, também, desenvolver suas potencialidades empreendedoras.

Ementa:

Projeto de estágio. Diagnóstico e identificação de novas tecnologias de gestão em umas das áreas da administração. Elaboração e apresentação de relatório de estágio.

Referências:

Básica

CHUCK, Williams. **ADM**. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

ROESCH, S.M.A. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 14. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

Complementar

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **Informação e documentação: trabalhos acadêmicos**: apresentação. NBR 14724/2005. Rio de Janeiro, 2005.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração**: teoria, processo e prática. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

DORNELAS, José; TIMMONS, Jeffrey A.; SPINELLI, Stephen. **Criação de novos negócios**: empreendedorismo para o século 21. São Paulo: Elsevier, 2010.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Administração para Empreendedores**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

Pré-requisitos:

Administração e Empreendedorismo.
Gestão de Pessoas.
Gestão de Custos e Precificação.
Gestão de Produção e Operações.
Gestão de Marketing.
Gestão Orçamentária e Controladoria.

Programas dos Componentes Curriculares Optativos

Optativa		Cooperativismo	Hora/aula: 40h Hora/relógio: 33h
-----------------	--	-----------------------	---

Objetivo Geral:

Promover entendimento e visão crítica sobre cooperação, cooperativismo e associativismo, através do conhecimento sobre a história, o funcionamento e a importância dos mesmos para a sociedade atual.

Ementa

Associativismo - histórico e importância; Cooperação e associativismo. Formas associativas. Sindicatos; Cooperativas: funções, objetivos e ramos cooperativos; Órgãos sociais: assembleia geral, conselho administrativo e conselho fiscal. Estatuto social. Ato cooperativo. Legislação vigente. Noções gerais da economia solidária.

Referências

Básicas

OLIVEIRA, Djamal de Pinho Rebouças de. **Manual de gestão das cooperativas**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2012.
ADAMS, T. **Educação e economia popular solidária**. Aparecida: Ed. Ideias & Letras, 2010.
CASSIOLATO, J.E.; LASTRES, H.M.M.; STALLIVIERI, F. **Arranjos produtivos locais uma alternativa para o desenvolvimento: experiências de política**. 1. ed. V.1. Rio de Janeiro: Editora e-papers, 2008.

Complementares

SINGER, P. **Introdução à economia solidária**. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2003.
FEIJÓ, Ricardo. **Economia agrícola e desenvolvimento rural**. 1. ed. Editora: LTC, 2011.
SILVA, C.L. (Org.). **Políticas públicas e desenvolvimento local: instrumentos e proposições de análise para o Brasil**. 1. ed. Petrópolis: Vozes, 2012.
OLIVEIRA, J.A.P. (Org.). **Pequenas empresas, arranjos produtivos locais e sustentabilidade**. 1.ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2009.
FRANTZ, Walter. **Associativismo, cooperativismo e economia solidária**. Coleção educação à distância. Série livro-texto. Ijuí: Ed. Unijuí, 2012.

Pré-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

Optativa		Cooperação e Competitividade	Hora/aula: 40h Hora/relógio: 33h
----------	--	-------------------------------------	---

Objetivo Geral

Possibilitar ao estudante conhecimento sobre as teorias de cooperação e suas implicações à competitividade das organizações.

Ementa

Tipologias de cooperação: Cadeias Produtivas, *Clusters*. Arranjos Produtivos Locais, Redes de Cooperação. Centros de competência e excelência: incubadoras, pré-incubadoras, parques tecnológicos, núcleos de inovação tecnológica. Empresas de Base Tecnológica. Competitividade através da cooperação.

Referências

Básica

BALESTRIN, Alsones; VERSCHOORE, Jorge Renato S. **Redes de cooperação empresarial: estratégias de gestão na nova economia**. 2. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2016. xiv, 183 p.

PORTER, Michael E. **Competição**. Ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, 2009.

ZACCARELLI, Sergio Baptista et al. **Clusters e redes de negócios: uma nova visão para a gestão dos negócios**. São Paulo, SP: Atlas, 2008.

Complementar

AMATO NETO, João (Org.). **Redes entre organizações: domínio do conhecimento e eficácia operacional**. São Paulo: Atlas, 2005.

OLIVEIRA, Carlos Wagner de A.; COSTA, José Augusto V.; FIGUEIREDO, Gabriela Maretto MORAES, Alessandra Ribeiro de.; CARNEIRO, Ricardo Batista; SILVA, Iedo Brito da. Organizadores. **Arranjos produtivos locais e desenvolvimento**. Rio de Janeiro: Ipea, 2017.

NALEBUFF, B.J.; BRANDENBURGER, A.M. **Co-opetição**. Rio de Janeiro: Rocco, 1996. 308 p

ZACCARELLI, Sergio Baptista; Telles, Renato; Siqueira, João P. L de; BOAVENTURA, João M. G.; DONAIRE, D. **Clusters e Redes de Negócios: Uma nova visão para a gestão dos negócios**. São Paulo: Atlas, 2008.

OLIVEIRA, José Antônio Puppim de (Org.). **Pequenas empresas, arranjos produtivos locais e sustentabilidade**. Rio de Janeiro, RJ: FGV, 2009.

Pré-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

Optativas		Economia Brasileira	Hora/aula: 40h Hora/relógio: 33h
-----------	--	----------------------------	---

Objetivo Geral:

Possibilitar ao aluno a compreensão da formação econômica do Brasil, da fase industrial (Década de 1930) à sua consolidação (Década de 1980), a partir dos estudos das políticas, das teorias, da história e das instituições econômicas no período, bem como a compreensão da economia brasileira contemporânea, a partir dos estudos das políticas econômicas dos

períodos entre a Década de 1980 até o início do século XXI (políticas de estabilidade de preços e de desenvolvimento econômico).

Ementa:

Modelo de substituição de importações. A retomada do desenvolvimento industrial no pós-guerra. Plano de Metas e sua sustentação política. A desaceleração do crescimento e a aceleração inflacionária no início dos anos 60. Tentativas de estabilização e as reformas institucionais para a retomada do crescimento e nova fase de acumulação de capital (1964-1979). A crise da década de 1980. A política de combate à inflação e ao *déficit* público da Nova República: o Plano Cruzado e suas fases. A inserção internacional e crise do modelo neoliberal: os planos de combate à inflação: Plano Collor e o Plano Real. Os desafios do crescimento econômico e os avanços nas políticas sociais: os governos Lula e Dilma. Ajustes fiscais no governo Temer. A agenda liberal e os desafios da política econômica no Governo Bolsonaro.

Referências

Básica:

ABREU, Marcelo de Paiva (org). **A Ordem do Progresso**. Edição atualizada. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

GREMAUD, Amaury P. **Economia Brasileira Contemporânea**. 8ª edição. São Paulo: Atlas, 2016.

REGO, José M. & MARQUES, Rosa M. (orgs.). **Economia Brasileira**. 6ª ed. São Paulo: Saraiva, 2018.

Complementar:

BRUM, Argemiro J. **O Desenvolvimento Econômico Brasileiro**. 28ª ed. Petrópolis: Vozes, 2011.

GIAMBIAGI, Fabio e VILLELA, André (org). **Economia Brasileira Contemporânea**. 3ª ed. São Paulo: Elsevier, 2016.

SILVA, Christian Luiz da (Org.). **Políticas Públicas e desenvolvimento local: instrumentos e proposições de análise para o Brasil**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

SOUZA, Nilson A. de. **Economia Brasileira Contemporânea: de Getúlio a Lula**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

VELOSO, Fernando et al. **Desenvolvimento econômico: Uma perspectiva brasileira**. 1ª ed. São Paulo: Elsevier, 2012

Pré-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

Optativa		Engenharia de Software	Hora/aula: 40h Hora/relógio: 33h
-----------------	--	-------------------------------	---

Objetivo geral:

Proporcionar aos estudantes uma visão básica sobre programação, colaborando para sua formação complementar na área tecnológica aliada à gestão.

Ementa:

Conceitos básicos de programação. Formas de representação de algoritmos. Estrutura sequencial. Estruturas de decisão. Estruturas de repetição. Vetores e matrizes. Funções. Linguagem de programação. Atividades de laboratório: Ambiente de Desenvolvimento Integrado de programação. Conversão de algoritmos em linguagem de programação.

Referências:

Básica:

FARREL, Joyce. Lógica e design de programação: introdução. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

MANZANO, José Augusto N. G.; OLIVEIRA, Jayr Figueiredo de. Algoritmos: lógica para desenvolvimento de programação de computadores. 8.ed. São Paulo: Érica, 2000.

SOUZA, Marco Antonio Furlan de *et al.* Algoritmos e lógica de programação: um texto introdutório para Engenharia. São Paulo: Cengage Learning, 2004.

Complementar:

DROZDEK, Adam. Estrutura de dados e algoritmos C++. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

FORBELLONE, André Luiz Villar; EBERSPACHER, Henri Frederico. Lógica de programação: a construção de algoritmos e estruturas de dados. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

PRESSMAN, Roger S. Engenharia de software: uma abordagem profissional. 6. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2010.

SALVETTI, Dirceu Douglas; BARBOSA, Lisbete M. Algoritmos. São Paulo: Makron Books, 1998.

TUCKER, Allen B.; NOONAN, Robert E. Linguagens de programação: princípios e paradigmas. 2.ed. São Paulo: MacGraw Hill, 2008.

Optativa		Engenharia e Segurança do Trabalho	Hora/aula: 40h Hora/relógio: 33h
----------	--	------------------------------------	-------------------------------------

Objetivo geral

Promover a construção de conhecimentos teóricos e práticos a respeito de segurança do trabalho e suas regulamentações, a fim de preparar os estudantes para que no exercício da vida profissional utilizem corretamente a legislação vigente em relação a segurança do trabalho.

Ementa

Conceitos fundamentais de higiene e segurança do trabalho. Prevenção e controle de riscos ocupacionais. Acidentes do trabalho e doenças ocupacionais. Estudo de normas regulamentadoras. Equipamentos indispensáveis à proteção dos trabalhadores (EPI, EPC). Ergonomia. Métodos e técnicas de prevenção e combate a incêndios e explosões.

Bibliografia Básica

KROEMER, K.H.E.; GRANDJEAN, Etienne. **Manual de ergonomia:** adaptando o trabalho ao homem. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

MONTEIRO, Antônio Lopes. **Acidentes do trabalho e doenças ocupacionais:** conceitos, processos de conhecimento e de execução e suas questões polêmicas. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

DRAGONI, José Fausto. **Proteção de máquinas, equipamentos, mecanismos e cadeado de segurança** . São Paulo: LTr, 2011.

Bibliografia Complementar

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. **Análises de acidentes do trabalho fatais no Rio Grande do Sul:** a experiência da Seção de Segurança do Trabalhador – SEGUR. Porto Alegre: SRTE-RS, 2008.

CLT Saraiva Acadêmica e Constituição federal. São Paulo: Saraiva, 2010.

DUL, Jan; WEERDMEEESTER, Bernard. **Ergonomia prática**. 2. ed. São Paulo: Edgard

Blucher, 2004.

MACINTYRE, Archibald Joseph. **Ventilação industrial e controle da poluição**. 2. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1990.

SEGURANÇA e medicina do trabalho. 65. ed. São Paulo: Atlas, 2010. (Manuais de Legislação Atlas).

Pré-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

Optativa		Espanhol I	Hora/aula: 40h Hora/relógio: 33h
-----------------	--	-------------------	---

Objetivo Geral:

Desenvolver a capacidade de compreensão e interpretação de textos em Língua Espanhola, visando o conhecimento da estrutura da língua, bem como do vocabulário técnico, a fim de dominar conceitos básicos da área gestão e negócios.

Ementa:

Leitura, compreensão e interpretação de textos, contemplando vários gêneros discursivos, pertencentes ao mundo corporativo. Abordagem pontual de elementos linguísticos, discursivos e gramaticais que permitam ao discente compreender e traduzir textos orais e, principalmente escritos, em Língua Espanhola, de forma coerente da área de gestão e negócios.

Referências:

Básica

ELOSUA, Marcelino; CARO, Antonio (Coords). **Diccionario LID Marketing y comunicación**. Madrid: LID, 2004.

FLAVIAN, Eugenia; ERES FERNÁNDEZ, Gretel. **Minidicionário Espanhol-Português Português-Espanhol**. 19ª ed. São Paulo: Ática, 2008.

GARRIDO, Gemma; LLANO, Javier; NASCIMENTO, Simone. **Conexión Plus 1: Español para profesionales**. Madrid: EN CLAVE/ELE, 2012. Libro y CD.

Complementar

SOLE, Isabel. **Estratégias de leitura**. 6ª ed. Porto Alegre: Artmed, 1998. (reimpressão em 2008).

MILANI, Esther. **Gramática de espanhol para brasileiros**. 11ª ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

ESTEBAN TALAYA, AGUEDA; MODEJAR JIMENEZ, JUAN ANTONIO. **Fundamentos del Marketing**. Madrid: ESIC Editorial, 2013.

GARRIDO, Gemma; LLANO, Javier; NASCIMENTO, Simone. **Conexión Plus 1 – Cuaderno de Actividades (B1/B2)**. Madrid: EN CLAVE/ELE, 2012.

MARTÍNEZ, Ángels. **Guia de conversação comercial**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

Pré-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

Optativa		Espanhol II	Hora/aula: 40h Hora/relógio: 33h
-----------------	--	--------------------	---

Objetivo Geral:

Desenvolver e aprimorar a capacidade de compreensão e interpretação de textos da área de atuação do administrador, em Língua Espanhola, melhorando a habilidade individual de leitura e visando à integração direcionada ao campo acadêmico, da pesquisa e do trabalho.

Ementa:

Leitura, compreensão, interpretação e tradução de textos em Língua Espanhola pertencentes a gêneros variados da área de atuação do administrador. Análise linguística, discursiva e gramatical de gêneros textuais. Abordagem pontual de elementos linguísticos, discursivos e gramaticais que permitam ao discente compreender e traduzir textos orais e, principalmente, escritos, com coerência.

Referências:

Básica:

ALONSO RIBAS, Javier; GRANDE ESTEBAN, Ildefonso. **Comportamiento del consumidor: decisiones y estrategias de marketing**. 6 ed. Madrid: ESIC Editorial, 2010.
SEÑAS **Diccionario para la enseñanza de la lengua**. 4 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2013.
VOLPI, Marina Tazón; SOUZA, Henry Lorencena; AMÉRICO, Rebeca Martínez. **¡Así es!** Nivel Inicial. 2ª ed. Porto Alegre: Editora Rígel, 2011.

Complementar:

BONELL, Pablo; PRADA, Marisa de; SCHMIDT, Carlos; SEÑOR, Ana. **Negocios a la vista**. Madrid: Edinumen, 2004. (Livro + DVD)
ESCRIBANO RUIZ, Gabriel; FUENTES MERINO, Milagros; ALCARAZ CRIADO, JAVIER, Ignacio. **Políticas de marketing**. España: Paraninfo, 2014.
MARTÍNEZ, Ángels. **Guia de conversação comercial**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.
PINILLA, Raquel. **ELExprés: curso intensivo de español (A1, A2, B1)**. España: SGEL, 2008.
SIERRA, Teresa Vargas. **Espanhol: a prática profissional do idioma**. Curitiba, Ibplex, 2008.

Pré-requisitos:

Espanhol I

Optativa		Estratégias e Gestão de Vendas	Hora/aula: 40h Hora/relógio: 33h
-----------------	--	---------------------------------------	---

Objetivo Geral:

Ampliar a formação do estudante, por meio do conhecimento a respeito das estratégias e técnicas relacionadas à da equipe comercial, bem como sobre a gestão das vendas e desempenho de produtos/serviços.

Ementa:

Práticas e conceitos para uma adequada gestão comercial e de vendas. O papel da área de vendas na organização. Venda Pessoal. Planejamento de vendas. Estruturação da força de vendas. Ciclo motivacional e remuneração. Conceitos e ferramentas de gestão em vendas. Auditoria de Vendas. Técnicas de Negociação e Vendas: prospecção, preparação, planejamento, abordagem ao cliente, fechamento, objeções e confirmação.

Referências:

Básica:

CASTRO, Luciano Thomé e; NEVES, Marcos Fava. **Administração de vendas: planejamento, estratégia e gestão**. São Paulo: Atlas, 2008.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de vendas**. São Paulo: Atlas, 2009.
MATTAR, Fauze Najib. **Administração de varejo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

Complementar:

COBRA, Marcos. **Administração de vendas**. São Paulo: Atlas, 2009.

CRESCITELLI, Edson; SHIMP, Terence A. **Comunicação de Marketing: Integrando** propaganda, promoção e outras formas de divulgação. São Paulo, SP: Cengage Learning, 2012.

ERTEL, Danny; GORDON, Mark. **Negociação**. São Paulo: Makron Books, 2009.

MOREIRA, Júlio César Tavares (Coord.). **Administração de vendas**. São Paulo: Saraiva, 2005.

OCHMAN, Renato. **Vivendo a negociação: estratégias, técnicas negociais e jurídicas e** modelos de contratos para fechar o melhor negócio. São Paulo: Saraiva, 2009.

ROCHA, Marcos Donizete Aparecido; SOUSA, José Manuel Meireles de. **Canais de Distribuição: e Geomarketing**. São Paulo, SP: Saraiva, 2017.

Pré-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

Optativa		Gestão de Empresas Familiares	Hora/aula: 40h Hora/relógio: 33h
-----------------	--	--------------------------------------	---

Objetivo geral:

Apresentar e discutir as especificidades da gestão de empresas familiares, desenvolvendo uma visão clara sobre conceitos e características das mesmas, a fim de possibilitar a aplicação de técnicas administrativas adequadas ao contexto das empresas familiares da região.

Ementa:

Conceitos e características. A dinâmica entre Gestão, Família e Propriedade. Planejamento na Empresa Familiar. Sucessão. Profissionalização. Governança corporativa.

Referências

Básica

BORNHOLDT, Werner. **Governança na empresa familiar: implementação e prática**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

BUENO, José Carlos Casillas; FERNÁNDEZ, Carmen Díaz; SÁNCHEZ, Adolfo Vázquez. **Gestão da empresa familiar: conceitos, casos e soluções**. São Paulo: Thomson, 2007.

PRADO, Roberta Nioac (coord.). **Empresas Familiares e Famílias Empresárias**. São Paulo: Quartier Latin, 2019.

Complementar

ÁLVARES, Elismar (org.). **Governando a empresa familiar**. Belo Horizonte: Qualitymark, 2003.

DI MICELI, Alexandre. **Governança corporativa no Brasil e no mundo** teoria e prática. 2. Rio de Janeiro Elsevier, 2015.

GERSICK, Kelin E. **De geração para geração: ciclos de vida das empresas familiares**. 3. ed. São Paulo: Negócio 1997.

SILVA, Edson Cordeiro da. **Governança corporativa nas empresas**. 4. Rio de Janeiro Atlas, 2016.

WALLER, Michael. **Empresa Familiar: ame ou deixe**. São Paulo: Reino, 2018.

Pré-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

Optativa		Inglês I	Hora/aula: 40h Hora/relógio: 33h
-----------------	--	-----------------	---

Objetivo Geral:

Desenvolver a capacidade de compreensão e interpretação de textos em Língua Inglesa, visando o conhecimento da estrutura da língua, bem como do vocabulário técnico, a fim de dominar conceitos básicos da área de atuação do administrador.

Ementa:

Leitura, interpretação e compreensão de textos pertencentes ao mundo corporativo. Análise linguística, discursiva e situacional de situações negociais, apresentações e reuniões de trabalho.

Referências:**Básica:**

DUCKWORTH, Michael. **Essential Business Grammar &Practice** – Elementary to pre-intermediate. Oxford: Oxford, 2015.

GUFFEY, Mary Ellen. **Business English**.10.ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

WITTE, Robert Ewald. **Business English** – a practical approach. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

Complementar:

BADGER, Ian. **Everyday Business English**. São Paulo: Pearson Education, 2003.

CRUZ, Décio Torres. **Inglês para Administração e Economia**. São Paulo: Disal Editora, 2011.

IGREJA, José Roberto A. YOUNG, Robert C. **Fluent Business English** – business dialogues. São Paulo: Disal Editora, 2011.

LONGMAN. **Longman Business English Dictionary** – New Edition. 2.ed. São Paulo: Longman do Brasil, 2007.

OXFORD. **Oxford Dictionary of English**. 3.ed. Oxford: Oxford Dictionaries, 2010.

Pré-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

Optativa		Inglês II	Hora/aula: 40h Hora/relógio: 33h
-----------------	--	------------------	---

Objetivo Geral:

Desenvolver e aprimorar a capacidade de compreensão e interpretação de textos da área de atuação do administrador, em Língua Inglesa, melhorando a habilidade individual de leitura e visando à integração direcionada ao campo acadêmico, da pesquisa e do trabalho.

Ementa

Leitura, interpretação e compreensão de textos de diferentes gêneros pertencentes à esfera do profissional de gestão, em língua inglesa. Análise linguística, discursiva e situacional de situações negociais, apresentações e reuniões de trabalho. Realização de atividades comunicativas que permitam o uso oral e escrito de gêneros de texto mais comuns na área de

administração e negócios. Utilização de ferramentas de busca para a coleta de textos acadêmicos da área, bem como a interação com sites internacionais especializados.

Referências

Básica

IGREJA, José Roberto A. YOUNG, Robert C. **Fluent Business English** – business dialogues. São Paulo: Disal Editora, 2011.

LONGMAN. **Longman Business English Dictionary** – New Edition. 2.ed. São Paulo: Longman do Brasil, 2007.

MURPHY, Raymond. **English grammar in use**. 3. ed. [s.l.]: Cambridge,

Complementar

BADGER, Ian. **Everyday Business English**. São Paulo: Pearson Education, 2003. CRUZ, Décio Torres. **Inglês para Administração e Economia**. São Paulo: Disal Editora, 2011.

GODOY, Sonia M. Baccari; GONTOW, Cris; MARCELINO, Marcello. **English pronunciation for Brazilians: the sounds of american english**. São Paulo: DISAL, 2006.

GUFFEY, Mary Ellen. **Business English**. 10.ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

OXFORD. **Oxford Dictionary of English**. 3.ed. Oxford: Oxford Dictionaries, 2010.

WITTE, Robert Ewald. **Business English** – a practical approach. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

Pré-requisitos

Inglês I.

Optativa		Inovação e Propriedade Intelectual	Hora/aula: 40h Hora/relógio: 33h
----------	--	---	---

Objetivo Geral:

Promover o conhecimento dos principais conceitos da propriedade intelectual e sua importância como estímulo da criatividade humana, do desenvolvimento econômico e social.

Ementa

Teoria da inovação. Definições e modelos de inovação. Introdução a propriedade intelectual. Sistema de direitos autorais. Sistema de marcas e patentes. Indicações geográficas. Sistema de desenhos industriais. Informação tecnológica. Proteções *sui generis*. Legislação brasileira sobre inovação e propriedade intelectual.

Referências:

Básica:

DE BES, F. T.; KOTLER, P. **A bíblia da inovação**: princípios fundamentais para levar a cultura da inovação contínua às organizações. São Paulo: Lua de Papel, 2011.

DI BLASI, G. **A propriedade industrial**: o sistema de marcas, patentes, desenhos industriais e transferência de tecnologia. 3. ed. São Paulo: Forense Jurídica, 2010.

DOMINGUES, D. **Comentários à lei da propriedade industrial**. São Paulo: Forense Jurídica, 2009.

Complementar

BURGELMAN, R. A.; CHRISTENSEN, C. M.; WHEELWRIGHT, S. C. **Gestão estratégica da tecnologia e da inovação**: conceitos e soluções. 5. ed. São Paulo: McGraw Hill, 2012.

LANZER, E. A.; FREITAS FILHO, F. L.; MULLER, L.; BOCCHINO, L.; MACEDO, M.;

LABIAK JUNIOR, S.; CONCEIÇÃO, Z. **O processo de inovação nas organizações do**

conhecimento. Florianópolis: Pandion, 2012.

PAESANI, L. M. **Manual de propriedade intelectual.** São Paulo: Atlas, 2012.

QUINELLO, R.; NICOLETTI, J. R. **Inovação operacional.** Rio de Janeiro: Brasport, 2009.

SILVEIRA, N. **Propriedade intelectual.** Barueri: Manole, 2010.

Pré-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

Optativa		Língua Brasileira de Sinais - LIBRAS	Hora/aula: 40h Hora/relógio: 33h
-----------------	--	---	---

Objetivo Geral:

Possibilitar um espaço de conhecimento sobre Língua Brasileira de Sinais – LIBRAS para promover o exercício da cidadania em relação as pessoas surdas, tendo como princípios básicos a história, a língua e a cultura.

Ementa:

Estudos sobre os processos sócio-históricos, linguísticos e culturais das pessoas surdas. Conceitos sobre a surdez. Legislação. Acessibilidade dos surdos em uma perspectiva inclusiva. Cidadania surda. A Língua Brasileira de Sinais – LIBRAS: aspectos fonológicos, morfológicos e sintáticos. A compreensão do uso e da função da LIBRAS em contextos, a partir da prática de conversação.

Referências:

Básica

ALMEIDA, Elizabeth Crepaldi de [et al.]. **Atividades ilustradas em sinais da libras.** Rio de Janeiro: Revinter, 2004.

HONORA, Márcia; FRIZANCO, Mary Lopes Esteves. **Livro ilustrado de língua brasileira de sinais:** desvendando a comunicação usada pelas pessoas com surdez. São Paulo: Ciranda Cutural, 2011.

QUADROS, Ronice Müller de. **Educação de Surdos:** a aquisição da linguagem. Porto Alegre: Artmed, 1997.

Complementar

BARBOSA, F. L. A. **Aprendendo a LIBRAS e reconhecendo as diferenças:** um olhar reflexivo sobre a inclusão: estabelecendo novos diálogos. 2. ed. Recife: Editora do Autor, 2007.

COUTINHO, Denise. **LIBRAS e língua portuguesa:** semelhanças e diferenças. João Pessoa: Arpoador, 2000.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO/Secretaria de Educação Especial. **Língua brasileira de sinais.** Brasília: MEC/SEESP, 1998.

QUADROS, R. M.; KARNOPP, L. B. **Língua de sinais brasileira:** estudos linguísticos. Porto Alegre: Artmed, 2004.

SKLIAR, C. **A surdez:** um olhar sobre as diferenças. Porto Alegre: Mediação, 1998.

Pré-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

Optativa		Logística Internacional	Hora/aula: 40h Hora/relógio: 33h
-----------------	--	--------------------------------	---

Objetivo Geral

Proporcionar uma visão das modalidades, terminologias, documentos, entidades e trâmites voltados a Logística internacional.

Ementa

Conceitos de Logística internacional. Importância da Logística internacional. O preço, o tempo e a qualidade como parâmetros da Logística Internacional. Infraestrutura de transportes. As modalidades na Logística Internacional. *Incoterms* e Documentos. Seguro internacional. Cálculos voltados a logística internacional. Terminologias do comércio internacional.

Referências:

Básica

DAVID, Pierre A. **Logística Internacional: Gestão de Operações de Comércio Internacional**. São Paulo: Cengage Learning, 2017.

DORNIER, Philippe-Pierre; ERNST, Ricardo; FENDER, Michel; KOUVELIS, Panos. **Logística e operações globais: textos e casos**. São Paulo, SP: Atlas, 2000.

LUDOVICO, Nelson. **Logística Internacional: um enfoque em comércio exterior**. 4ª ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2018.

Complementar

HARA, Celso Minoru. **Logística: armazenagem, distribuição, trade marketing**. 3.ed. Campinas, SP: Alínea, 2009.

WANKE, Peter F. **Gerência de Operações: uma abordagem logística**. São Paulo: Atlas, 2010.

CHOPRA, Sunil; MEINDL, Peter. **Gestão da cadeia de suprimentos: estratégia, planejamento e operações**. 4. ed. São Paulo: Pearson, 2011.

FARIA, Ana Cristina de; COSTA, Maria de Fátima Gameiro. **Gestão de Custos Logísticos**. São Paulo: Atlas, 2011.

NOVAES, Antonio Galvão. **Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição: estratégia, operação e avaliação**. 3. ed. rev., atual. e ampl. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

Pré-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

Optativa		Marketing Social	Hora/aula: 40h Hora/relógio: 33h
----------	--	------------------	-------------------------------------

Objetivo Geral

Proporcionar conhecimentos básicos acerca dos conceitos de marketing social no contexto das organizações e empresas, incentivando para uma gestão socialmente responsável, que considere as consequências das ações da empresa na sociedade.

Ementa

O texto atual do marketing social. Marketing social e as mudanças de comportamento na sociedade, nas empresas e nos consumidores. Marketing para Causas Sociais. Tipos de causas sociais. Mix de marketing social. Campanhas de marketing social: planejamento, organização, comunicação, execução e controle. Marketing social no contexto institucional. Marketing social na construção e consolidação de marcas.

Referências

Básica

DIAS, Reinaldo. **Marketing ambiental: ética, responsabilidade social e competitividade nos negócios**. 2. ed. rev. e ampl. São Paulo, SP: Atlas, 2014.
KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary; SANTOS, Dilson Gabriel dos; ALVAREZ, Francisco Javier S. Mendizabal. **Princípios de marketing**. 15. ed. São Paulo: Pearson, c2015.
KOTLER, Philip. **Administração de marketing: planejamento, implementação e controle**. São Paulo: Atlas, 2010.

Complementar

DIAS, Reinaldo. **Gestão ambiental: Responsabilidade Social e Sustentabilidade**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2011.
KARSAKLIAN, Eliane. **Comportamento do consumidor**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
KOTLER, Phillip; KARTAJAYA, Hermanwan; SETIAWAN, I. **Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
OLIVEIRA, Braulio (org.). **Gestão de Marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.
PRIDE, William M. **Fundamentos de Marketing**. São Paulo, SP: Cengage Learning, 2015.

Pré-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

Optativa		Marketing Verde e Consumo Sustentável	Hora/aula: 40h Hora/relógio: 33h
-----------------	--	--	---

Objetivo Geral

Promover a construção de conhecimentos teóricos a respeito dos temas marketing verde e consumo sustentável, proporcionando a formação de profissionais comprometidos com a gestão sustentável e sua relação com os consumidores.

Ementa

Marketing e a geração de valor para os *stakeholders*: valor econômico, social e ambiental. Sustentabilidade. Marketing Verde. Consumo sustentável.

Referências

Básica

DAHLSTROM, Robert. **Gerenciamento de marketing verde**. São Paulo: Cengage, 2011.
DIAS, Reinaldo. **Marketing ambiental: ética, responsabilidade social e competitividade nos negócios**. 2. ed. rev. e ampl. São Paulo, SP: Atlas, 2014.
OTTOMAN, Jacquelyn A. **As novas regras do marketing verde: estratégias, ferramentas e inspiração para o branding sustentável**. São Paulo: M. Books, 2011.

Complementar

DIAS, Reinaldo. **Gestão ambiental: Responsabilidade Social e Sustentabilidade**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2011.
KOTLER, Phillip; KARTAJAYA, Hermanwan; SETIAWAN, I. **Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary; SANTOS, Dilson Gabriel dos; ALVAREZ, Francisco Javier S. Mendizabal. **Princípios de marketing**. 15. ed. São Paulo: Pearson, c2015.

PAIVA, Teresa; PROENÇA, Reinaldo. **Marketing verde**. São Paulo: Almedina, 2011.
PRIDE, William M. **Fundamentos de Marketing**. São Paulo, SP: Cengage Learning, 2015.

Pré-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

Optativa		Marketing Internacional	Hora/aula: 40h Hora/relógio: 33h
-----------------	--	--------------------------------	---

Objetivo Geral

Realizar a abordagem de diferentes estratégias utilizadas por empresas internacionais, estabelecendo uma relação interdisciplinar com os conteúdos abordados em outros componentes curriculares do curso.

Ementa

Conceitos e práticas do marketing internacional. O ambiente econômico global. Características dos mercados regionais. Ambiente econômico global. Estratégias de acesso aos mercados internacionais. O composto mercadológico em mercados internacionais.

Referências

Básica

CATEORA, Philip R.; GRAHAM, John L. **Marketing internacional**. 13. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2009.
CZINKOTA, Michael R.; RONKAINEN, Ilkka A. **Marketing internacional**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.
PIPKIN, Alex. **Marketing internacional: uma abordagem estratégica**. São Paulo: Aduaneiras, 2010.

Complementar

CRAVENS, David W.; PIERCY, Nigel F. **Marketing estratégico**. 8. ed. Porto Alegre: McGraw Hill, 2007.
KEEGAN, Warren J. **Marketing global**. 7. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005. 426 p.
KEEGAN, Warren J.; GREEN, Mark C. **Princípios de marketing global**. São Paulo: Saraiva, 2006.
NOSÉ JUNIOR, Amadeu. **Marketing internacional: uma estratégia empresarial**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.
RAMOS, Simone. **Marketing e propaganda internacional: planejamento e estratégias**. Curitiba: IBPEX, 2004.

Pré-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

Optativa		Marketing de Relacionamento	Hora/aula: 40h Hora/relógio: 33h
-----------------	--	------------------------------------	---

Objetivo Geral

Possibilitar aos acadêmicos compreensão sobre conceitos centrais do marketing de relacionamento, reconhecendo suas ferramentas e estratégias de forma integrada nas práticas organizacionais.

Ementa

Marketing de relacionamento: conceito, evolução e características. Relacionamento da organização com seus públicos de interesse (*stakeholders*). Gestão do relacionamento com clientes (*CRM – Customer Relationship Management*). Integração das estratégias de gestão de CRM. A aplicação de tecnologia de CRM. Retenção e lealdade de clientes. Programas de Fidelização.

Referências

Básica

QUADROS, Moacir. **CRM: teoria, prática e ferramentas**. São Paulo: Visual Books, 2010.
GUMMESSON, Evert. **Marketing de relacionamento total**. Porto Alegre: Bookman, 2010.
ZENONE, Luiz Carlos. **Marketing de relacionamento: tecnologia, processos e pessoas**. São Paulo: Atlas, 2010.

Complementar

POSER, Denise Von. **Marketing de relacionamento: maior lucratividade para empresas vencedoras**. São Paulo: Manole, 2005.
DEMO, Gisela; PONTE, Valter. **Marketing de relacionamento (CRM): estado da arte e estudo de casos**. São Paulo: Atlas, 2008.
MADRUGA, Roberto. **Guia de implementação de marketing de relacionamento e CRM**. São Paulo: Atlas, 2010.
KOTLER, Phillip; KARTAJAYA, Hermanwan; SETIAWAN, I. **Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
OLIVEIRA, Braulio (org.). **Gestão de Marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

Pré-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

Optativa		Mercado Financeiro	Hora/aula: 40h Hora/relógio: 33h
-----------------	--	---------------------------	---

Objetivo Geral

Desenvolver a capacidade de reconhecer os condicionamentos econômicos, institucionais e legais existentes no mercado financeiro e suas implicações sobre a decisão financeira.

Ementa

Políticas econômicas. Estrutura e funcionamento do sistema financeiro nacional. Ambiente legal. Mercado monetário. Mercado de crédito. Mercado de capitais. Mercado cambial e finanças corporativas internacionais. Governança Corporativa. Produtos e serviços. Avaliação de títulos de dívida e ações.

Referências

Básicas

FORTUNA, Eduardo. Mercado financeiro: produtos e serviços. 18. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2011.
PINHEIRO, Juliano Lima. Mercado de Capitais: fundamentos e técnicas. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2012.
VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval de. Economia: Micro e Macro. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

Complementares

ASSAF NETO, Alexandre. Finanças corporativas e valor. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
BREALEY, R. A.; MYERS, S. C.; ALLIEN, F. Princípios de finanças corporativas. 10. ed. Porto Alegre: AMGH, 2013.
CARVALHO, José L. Et al. Fundamentos de economia: macroeconomia. São Paulo: Cengage Learning, 2008.
KRUGMAN, Paul R.; WELLS, Robin. Introdução à economia. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
MANKIW, N. Gregory. Introdução à economia: Tradução da 5. ed. Norte-americana. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

Pré-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

Optativa		Negócios Internacionais	Hora/aula: 40h Hora/relógio: 33h
-----------------	--	--------------------------------	---

Objetivo Geral

Abordar sobre o planejamento das corporações internacionais em negócios de nível global, projetando ações para conquistar e manter clientes.

Ementa

Estratégias de internacionalização de empresas. Alianças estratégicas. Vantagens comparativas. Comércio internacional e desenvolvimento econômico. Acordos e organismos do comércio internacional.

Referências

Básicas

MAGNOLI, Demétrio; SERAPIÃO JÚNIOR, Carlos. Comércio exterior e negociações internacionais: teoria e prática. São Paulo: Saraiva, 2008.
MAIA, Jaime de Mariz. **Economia internacional e comércio exterior**. 13.ed. São Paulo: Atlas, 2010.
OLIVEIRA JÚNIOR, Moacir Miranda. **Multinacionais brasileiras: internacionalização e estratégia global**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

Complementares

CORTIÑAS LOPES, José Manoel; GAMA, Marilza. **Comércio exterior competitivo**. 4. ed. São Paulo: Aduaneiras, 2010.
FARO, Fátima; FARO, Ricardo. **Competitividade no comércio internacional: acesso das empresas brasileiras aos mercados globais**. São Paulo: Atlas, 2010.
VASCONCELLOS, Marco A. Sandoval de. **Manual de Economia e Negócios Internacionais**. São Paulo: Saraiva, 2011.

RACY, Joaquim Carlos (Org). **Introdução à gestão de negócios internacionais**. São Paulo: Thomson, 2006.

RODRIGUES, Suzana Braga (Org). **Competitividade, alianças estratégicas e gerência internacional**. São Paulo: Atlas, 1999.

Pré-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

Optativa		Processo Decisório	Hora/aula: 40h Hora/relógio: 33h
-----------------	--	---------------------------	---

Objetivo Geral

Demonstrar ao discente as técnicas e metodologias para auxiliar os gestores na tomada de decisões em seus vários níveis hierárquicos.

Ementa

Processo decisório. Negociação. Teoria da Decisão. Teoria dos Jogos.

Referências

Básica

BAZERMAN, Max H.; MOORE, Don. **Processo decisório**. 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

FIANI, Ronaldo. **Teoria dos jogos: com aplicações em economia, administração e ciências sociais**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

STEIN, J. **A teoria da decisão**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

Complementar

BERNI, Duílio de Avila. **Teoria dos jogos: jogos de estratégia, estratégia decisória, teoria da decisão**. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso, 2004.

GOMES, Luiz Flávio Autran Monteiro; GOMES, Carlos Francisco Simões; ALMEIDA, Adiel Teixeira de. **Tomada de decisão gerencial: enfoque multicritério**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

PEREIRA, Maria José Lara de Bretas; FONSECA, João Gabriel Marques. **Faces da decisão: abordagem sistêmica do processo decisório**. Rio de Janeiro: LTC, 2009.

SHIMIZU, Tamio. **Decisão nas organizações**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

TAVARES, Jean Max. **Teoria dos jogos: aplicada à estratégia empresarial**. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

Pré-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

Optativa		Tópicos Especiais em Administração	Hora/aula: 40h Hora/relógio: 33h
-----------------	--	---	---

Objetivo geral

Apresentar e discutir tópicos emergentes em gestão, possibilitando aos estudantes a compreensão de conteúdos e suas relações com as vivências empresariais no mundo do trabalho.

Ementa

Análise de tendências em administração. Temas inovadores relacionados à gestão de organizações.

Referências

Básica

CHUCK, Williams. **ADM**. São Paulo: Cengage Learning, 2017.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0: do tradicional ao digital**. Rio de Janeiro, RJ: Sextante, 2017.

TERRA, José Cláudio Cyrineu (Org.). **10 Dimensões da gestão da inovação: uma abordagem para a transformação organizacional**. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, 2012.

Complementar

CAMPOS, Alexandre de; BARSANO, Paulo Roberto. **Administração: Guia prático e didático**. 2.ed. São Paulo, SP: Érica, 2016.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração: teoria, processo e prática**. 5. ed. São Paulo: Manole, 2015.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios** 6.ed. São Paulo, SP: LTC, Atlas, 2016.

LABIAK JUNIOR, S.; CONCEIÇÃO, Z. **O processo de inovação nas organizações do conhecimento**. Florianópolis: Pandion, 2012.

TURCHI, S. R. **Estratégias de marketing digital e e-commerce**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

Pré-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

Optativa		Tópicos Especiais em Marketing	Hora/aula: 40h Hora/relógio: 33h
-----------------	--	---------------------------------------	---

Objetivo Geral

Apresentar e discutir tópicos emergentes em marketing, possibilitando aos estudantes a compreensão de conteúdos e suas relações com as vivências empresariais no mundo do trabalho.

Ementa

Análise de Tendências em Marketing e temas inovadores relacionados a área de marketing.

Referências

Básicas

GRACIOSO, Francisco. **Marketing estratégico: planejamento estratégico orientado para o mercado**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

CHURCHILL, Gilbert A.; PETER J. Paul. **Marketing: criando valor para o cliente**. São Paulo: Saraiva, 2010.

KOTLER, Phillip; KARTAJAYA, Hermanwan; SETIAWAN, I. **Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

Complementares

GRACIOSO, Francisco. **Marketing estratégico**: planejamento estratégico orientado para o mercado. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

KARSAKLIAN, Eliane. **Comportamento do consumidor**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0: do tradicional ao digital**. Rio de Janeiro, RJ: Sextante, 2017.

OLIVEIRA, Braulio (org.). **Gestão de Marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

TURCHI, S. R. **Estratégias de marketing digital e e-commerce**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

Pré-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

Optativo		Projeto Integrador I	Hora/aula: 40h Hora/relógio: 33h
-----------------	--	-----------------------------	---

Objetivo geral

Aplicar conhecimentos interdisciplinares, através do desenvolvimento de projeto integrando conteúdos de diferentes componentes curriculares.

Ementa:

O projeto integrador possui um caráter sistêmico, envolvendo uma atividade interdisciplinar com os conteúdos ministrados em componentes curriculares ofertados na matriz curricular do curso.

Referências:

Básica

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração**: teoria, processo e prática. 5. ed. São Paulo: Manole, 2015.

CAMPOS, Alexandre de; BARSANO, Paulo Roberto. **Administração**: Guia prático e didático. 2.ed. São Paulo, SP: Érica, 2016. 271 p

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Administração para Empreendedores**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011

Complementar

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **Informação e documentação: trabalhos acadêmicos: apresentação. NBR 14724/2005**. Rio de Janeiro, 2005.

COELHO, Fabiano Simões. **Formação estratégica de precificação**: como maximizar o resultado das empresas. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2014. GRIFFIN, Michael P. **Contabilidade e finanças**. São Paulo Saraiva 2012.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: Transformando ideias em negócios. 6.ed. São Paulo, SP: LTC, Atlas, 2016. 267 p.

GRIFFIN, Ricky W. **Comportamento organizacional**: gestão de pessoas e organizações. São Paulo: Cengage Learning, 2015.

Pré-requisitos:

Não há pré-requisitos

Optativa		Administração de Materiais	Hora/aula: 80h
-----------------	--	-----------------------------------	-----------------------

Objetivo Geral:

Proporcionar o conhecimento e desenvolvimento de competências na área de administração de materiais, possibilitando a correta operacionalização e coordenação dos processos desta área em suas relações internas e externas a organização.

Ementa:

Funções da administração de materiais, Administração e Avaliação de Estoques, Noções de almoxarifado, armazenagem e procedimentos de recebimento de materiais. Indicadores de desempenho na administração de materiais. Inventário Físico e Administração do patrimônio. Processo de Compras, Lote econômico de Compras, Processo de Distribuição Física. Integração na cadeia de suprimentos.

Referências:

Básica

BAILLY, Peter et al. **Compras: princípios e administração**. São Paulo: Atlas, 2015.
 CHING, Hong Yuh. **Gestão de Estoques na Cadeia de Logística Integrada**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2010.
 CHRISTOPHER, Martin. **Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos: criando redes que agregam valor**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

Complementar

BALLOU, Ronald H. **Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.
 CHRISTOPHER, Martin. **Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos: criando redes que agregam valor**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010.
 GONÇALVES, Paulo Sérgio. **Administração de Materiais**. 3 ed. São Paulo: Campus, 2010.
 NOGUEIRA, Amarildo de Souza. **Logística Empresarial: Uma Visão Local com Pensamento Globalizado**. 1ed. São Paulo: Atlas, 2012.
 POZO, Hamilton. **Administração de recursos materiais e patrimoniais: uma abordagem logística**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

Pré-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

Optativa		Atividades de Extensão	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
-----------------	--	-------------------------------	---

Objetivo Geral

Promover o conhecimento e a discussão sobre o significado da extensão no âmbito acadêmico e seu papel para a formação do administrador, bem como, contribuir com desenvolvimento da comunidade, em uma perspectiva de integração com o Ensino e a Pesquisa.

Ementa

Conceito de extensão na graduação. Integração entre Ensino, Pesquisa e Extensão. Concepções e tendências da extensão. Importância da extensão para a formação do acadêmico-profissional e para o desenvolvimento social. Etapas para a elaboração de atividades e projetos de extensão. Elaboração e aplicação de projeto de extensão.

Referências

Básicas

BRASIL. Presidência da República. [Decreto nº 6.495, de 30 de junho de 2008](#) – Programa de Extensão Universitária (PROEXT). Disponível em:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Decreto/D6495.htm. Acesso em: maio de 2019.

FORPROEX. Política Nacional de Extensão Universitária. **Revista Brasileira de Extensão Universitária - Renex**. Disponível em: <http://www.renex.org.br> Acesso em: maio de 2019

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

Complementares

IFRS. Reitoria do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul.

Revista Viver IFRS. Disponível em: <https://revistaviver.ifrs.edu.br/site/conteudo/index/id/200>

. Acesso em: maio de 2019

Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho. **Revista Ciência Extensão**.

Disponível em: http://ojs.unesp.br/index.php/revista_proex/article/view/1173 . Acesso em:

maio de 2019.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 11.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de pesquisa em administração**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 277 p.

Pré-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

Optativa		Atividades de Pesquisa	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
-----------------	--	-------------------------------	---

Objetivo Geral

Promover o conhecimento e a discussão sobre o significado da pesquisa no âmbito acadêmico e seu papel para a formação do administrador, bem como, o desenvolvimento científico, em uma perspectiva de integração com o Ensino e a Extensão.

Ementa

Conceito de pesquisa na graduação. Integração entre Ensino, Pesquisa e Extensão. Concepções e tendências da pesquisa. Importância da pesquisa para a formação do acadêmico-profissional e para o desenvolvimento científico. Procedimentos metodológicos para elaboração de uma atividade ou projeto de pesquisa. Etapas para a elaboração de atividades e projetos de pesquisa.

Referências

Básicas

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

IFRS Pró-Reitoria de Pesquisa, Pós-graduação e Inovação. [Resolução nº 053, de 20 de agosto de 2013](#). **Aprova o Programa de Incentivo à Pesquisa e à Inovação do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul**.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 11.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

Complementares

BARROS, A. de J. P.; LEHFELD, N. A. de S. **Projeto de pesquisa**: propostas metodológicas. 18. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2008.

IFRS Pró-Reitoria de Pesquisa, Pós-graduação e Inovação. **Resolução nº 033, de 28 de abril de 2015. Aprova o Programa de Iniciação Científica e Tecnológica do IFRS (PICT-IFRS).** Disponível: em:

<https://ifrs.edu.br/pesquisa-pos-graduacao-e-inovacao/documentos/resolucoes-do-consup/>

Acesso em: maio de 2019.

RÚDIO, Franz Victor. **Introdução ao projeto de pesquisa científica**. 43. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015. 144 p.

VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de pesquisa em administração**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 277 p.

Pré-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

Optativa		Comunicação Integrada de Marketing	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
-----------------	--	---	---

Objetivo Geral

Promover conhecimento teórico-prático sobre a identificação e utilização das ferramentas relativas à comunicação institucional e à comunicação mercadológica, de forma a maximizar a tomada de decisão em relação às formas e mídias de comunicação integrada de marketing.

Ementa

Fundamentos de comunicação. Comunicação integrada de marketing (CIM). Comunicação organizacional, institucional e mercadológica. Mídias e veículos de comunicação. Composto de comunicação e formas de comunicação: propaganda, promoção de vendas, merchandising, venda direta, relações públicas, publicidade, patrocínio e eventos. Planejamento e Plano de Comunicação de Marketing. Acompanhamento e controle do plano de comunicação. CIM como alavanca para gerar valor para a marca. Fatores legais e éticos ligados à comunicação integrada de marketing.

Referências

Básicas

OGDEN, James R.; CRESCITELLI, Edson. **Comunicação integrada de marketing**: conceitos, técnicas e práticas. 2. ed.. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2008.

GUISSONI, Leandro Angotti; NEVES, Marcos Fava. **Comunicação integrada de marketing baseada em valor**: criando valor com estratégias de comunicação de marketing. São Paulo: Atlas, 2011.

OLIVEIRA, Bráulio (org.). **Gestão de Marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

Complementares

BLESSA, Regina. **Merchandising no ponto de venda**. São Paulo: Atlas, 2009.

CORRÊA, Roberto. **Comunicação integrada de marketing**: uma visão global. São Paulo: Saraiva, 2006.

CHURCHILL, Gilbert A.; PETER J. Paul. **Marketing**: criando valor para o cliente. São Paulo: Saraiva, 2010.

CRESCITELLI, Edson; SHIMP, Terence A. **Comunicação de marketing: integrando propaganda, promoção e outras formas de divulgação**. São Paulo: Cengage, 2013.

DIAS, Sergio Roberto (Coord.). **Gestão de marketing**. São Paulo: Saraiva, 2010.

Pré-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

Optativa		Desenvolvimento Regional	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
-----------------	--	---------------------------------	---

Objetivo Geral

Possibilitar ao acadêmico conhecimento e visão crítica sobre o desenvolvimento regional e o contexto socioeconômico.

Ementa

Fundamentos e pressupostos histórico, teórico e legal relacionado ao desenvolvimento. Teorias espaciais regionais e urbanas. Análise do contexto nacional e regional, considerando a diversidade regional. Determinantes da dinâmica inovativa e produtiva dos APLs regionais. Análise do cenário e dados socioeconômico, ambiental e cultural regional. Indicadores socioeconômicos regionais.

Referências**Básicas**

SOUZA, Nali de Jesu. **Desenvolvimento Regional**. São Paulo: Atlas, 2009.

VELOSO, F; FERREIRA, P.C.; GIAMBIAGI, F.; PESSOA, S. **Desenvolvimento Econômico: Uma Perspectiva Brasileira**. 1º ed. Rio de Janeiro. Elsevier, 2012.

Complementares

BRANDÃO, C. **Território e Desenvolvimento: as múltiplas escalas entre o local e o global**. 2ª Ed. Campinas: Editora da UNICAMP, 2012. 238 p.

BAYE, Michael R. **Economia de empresas e estratégias de negócios**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

LASTRES, H.M.M.; CASSIOLATO, J.E.; CAMPOS, R. Arranjos e sistemas produtivos e inovativos locais: vantagens de enfoque: In LASTRES, H.M.M.; CASSIOLATO, J.E. (Org.). **Estratégias para o desenvolvimento: Um enfoque sobre Arranjos Produtivos Locais**

KRUGMAN, Paul; WELLS, Robin. **Introdução à economia**. Rio de Janeiro: Campus, 2006.

SILVEIRA, Rogério Leandro. FELIPPI, Ângela Cristina Trevisan. (Organizadores). **Territórios, Redes e Desenvolvimento Regional. Perspectivas e desafios**. Florianópolis: Insular, 2018.

260 p.

VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval de. **Economia: Micro e Macro**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

Pré-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

Optativa		Gestão de Indicadores	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
-----------------	--	------------------------------	---

Objetivo Geral

Proporcionar conhecimento para medição de desempenho através da identificação e da gestão dos indicadores relacionados às diferentes áreas de uma organização, oportunizando assim a criação de uma gestão efetiva por indicadores.

Ementa

Diferença entre atributo e indicador de desempenho. Gestão de requisitos de partes interessadas: definição de perspectivas de desempenho. Construção de cadeias de atributos para orientar a seleção de indicadores. Características do indicador ideal. Avaliação do sistema de indicadores existente. Vulnerabilidade dos indicadores (como compensar indicadores fracos). Processo de análise crítica. Cadernos Compromisso com a Excelência: Introdução ao Modelo de Excelência da Gestão® (MEG)/Fundação Nacional da Qualidade.

Referências

Básica

CALDEIRA, Jorge. **100 indicadores da gestão**. Lisboa (PO): Actual, 2012.

FONSECA, José Wladimir Freitas da. **Elaboração e análise de projetos/ a viabilidade econômico-financeira**. São Paulo: Atlas, 2012.

SLACK, Nigel; CHAMBERS, Stuart; JOHNSTON, Robert. **Administração da produção**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

Complementar

GRAY, Clifford F.; LARSON, Erik W. **Gerenciamento de projetos: o processo gerencial**. 4. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2009.

LUCINDA, Marco Antônio. **Qualidade: fundamentos e práticas para cursos de graduação**. Rio de Janeiro: Brasport, 2010.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Administração de projetos: como transformar ideias em resultados**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MOREIRA, Daniel Augusto. **Administração da produção e operações**. 2.ed., rev. e ampl. São Paulo, SP: Cengage Learning, c2008.

SCHERER, Felipe Ost; CARLOMAGNO, Maximiliano Selistre. **Gestão da Inovação na prática: Como aplicar conceitos e ferramentas para alavancar a inovação**. 2. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2016.

Pré-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

Optativa		Gestão de Produtos e Marcas	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
-----------------	--	------------------------------------	---

Objetivo Geral

Possibilitar a compreensão da gestão de produtos e marcas, através da abordagem de conceitos relativos à área do marketing.

Ementa

Conceitos e classificações de produtos. Gestão de produtos: gestão de portfólio, ciclo de vida, segmentação, diferenciação, posicionamento. Análise quantitativa de desempenho do portfólio de produtos e serviços. Transferência do conhecimento sobre consumidor a plataforma de produtos e serviços. Processos de inovação e vantagem competitiva. Novos produtos: importância estratégica, criação, desenvolvimento e lançamento. Gestão de projetos de desenvolvimento de produtos. Papel do portfólio de produtos e serviços na execução do posicionamento da empresa. Conceito de marca. Aspectos simbólicos dos bens. Introdução ao *Branding. Brand Equity*. Posicionamento e valor da marca. Construção da identidade de marca. Relacionamento da marca com o ambiente e com as estratégias da empresa.

Referências

Básica

- MATTAR, Fauze Najib (org.). **Gestão de produtos, serviços, marcas e mercados: estratégias e ações para alcançar e manter-se Top of Market.** São Paulo: Atlas, 2009.
- NASCIMENTO, Augusto; LAUTERBORN, Robert F. **Os 4 ES de marketing e branding: evolução dos conceitos e contextos até a era da marca como ativo intangível.** São Paulo: Elsevier, 2007.
- ROZENFELD, Henrique et al. **Gestão de desenvolvimento de produtos: uma referência para a melhoria do processo.** São Paulo: Saraiva, 2006.

Complementar

- AAKER, David. **Relevância de marca: como deixar seus concorrentes para trás.** Porto Alegre: Bookman, 2011.
- CORREA, Vanderlei. **Marca e embalagem: administração e conceito de produto.** Curitiba: IBPEX, 2004.
- KERZNER, Harold; SALADIS, Frank P. **O que os executivos precisam saber: sobre gerenciamento de projetos.** Porto Alegre, RS: Bookman, 2011. 304 p.
- MENEZES, Luís César de Moura. **Gestão de projetos.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- SERRALVO, Francisco Antonio. **Gestão de marcas: no contexto brasileiro.** São Paulo: Saraiva, 2008.

Pré-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

Optativa		Gestão do Agronegócio	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
-----------------	--	------------------------------	---

Objetivo Geral

Promover e construir conhecimentos teóricos a respeito da gestão do agronegócio.

Ementa

Agronegócios: origem, evolução, conceitos e dimensões. Importância do agronegócio. Cadeias produtivas e cadeias de valor. Segmentos dos sistemas agroindustriais; Evolução da gestão e evolução tecnológica no agronegócio; Agronegócio e sua inter-relação com o desenvolvimento econômico.

Referências

Básicas

- ARAÚJO, Massilon. **Fundamentos de agronegócios.** 4. ed. rev., ampl. e atual. São Paulo, SP: Atlas, 2013.
- CALLADO, A.A.C. **Agronegócio.** 3.ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- MENDES, J.T.G. **Agronegócio: uma abordagem econômica.** São Paulo: Prentice Hall, 2009.

Complementares

- BATALHA, Mário Otávio(Coord). **Gestão agroindustrial.** São Paulo: Atlas, 2008. v.1.
- BATALHA, Mário Otávio (Coord.); FILHO, Hildo Meirelles de Souza. **Agronegócio no MERCOSUL: uma agenda para desenvolvimento.** Editora: Atlas. 1. ed. 2009. 386 p.
- BRUM, Argemiro Luis; MULLER, Patricia K. **Aspectos do agronegócio no Brasil.** 1. ed. Editora: UNIJUI, 2009.

DORR, A. C.; GUSE, J. C.; de FREITAS, A. R. **Agronegócio**: desafios e oportunidades da nova economia. Curitiba. APPRIS. 2013. 340p.

KAGEYAMA, A. **Desenvolvimento rural**: conceitos e aplicações ao caso Brasileiro. Porto Alegre: Editora da UFRGS: Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, 2008.

Pré-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

Optativa		Jogos de Empresas	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
----------	--	-------------------	-------------------------------------

Objetivo Geral

Exercitar a tomada de decisões pelos estudantes, proporcionando-lhes maior noção de como é a administração na prática e as relações entre as várias áreas das organizações.

Ementa

Conceitos básicos e funções envolvidas na operação de um sistema empresarial. Representação dinâmica dos fenômenos administrativos por intermédio de simulação gerencial onde o conflito de interesse entre os agentes econômicos permite o desenvolvimento e a capacitação discente na tomada de decisões táticas e estratégicas em administração geral, mercadológica, comercial, financeira e de gestão de pessoas.

Referências

Básicas

BRIGHAM, Eugene F.; EHRHARDT, Michael C.; GAPENSKI, Louis C. **Administração financeira: teoria e prática**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GITMAN, Lawrence J.; ZUTTER, Chad J. **Princípios de administração financeira**. 162 ed. São Paulo: Pearson Education, 2010.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo, SP: Pearson, 2006. xxii, 750 p.

Complementares

BARBIERI, Ugo Franco. **Gestão de pessoas nas organizações: A aprendizagem da liderança e da Inovação**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

BALLOU, Ronald H. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

HEIJDEN, Kess Van Der. **Planejamento por cenários**. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

MARRAS, Jean Pierre. **Administração de recursos humanos: do operacional ao estratégico**. 13.ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

WRIGHT, Peter L.; KROLL, Mark J; PARNELL, John A. **Administração estratégica: conceitos**. São Paulo: Atlas, 2009.

Pré-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

Optativa		Logística de Transporte	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
----------	--	-------------------------	-------------------------------------

Objetivo Geral

Oportunizar o aprendizado de conceitos e ferramentas de Logística de Transportes para enfrentar os novos desafios do mundo do trabalho e sua competitividade.

Ementa

Histórico e importância do transporte. Transporte de cargas e resoluções regulamentadoras. Transporte de passageiros. Sistemas e modais de transporte: características, vantagens e desvantagens. Transporte Multimodal e Intermodal. Panorama do transporte de cargas no Brasil. Administração de tráfego e produtividade do transporte. Gestão de frota e roteirização. Sustentabilidade e inovações em transporte. Transporte de cargas indivisíveis. Transporte de cargas perigosas. A terceirização de atividades de transportes. Medidores de desempenho.

Referências

Básica

VALENTE, Amir Mattar; e outros autores. **Gerenciamento de transportes e frotas**. 3ª ed. rev. São Paulo: Cengage Learning, 2016.

VALENTE, Amir Mattar; e outros autores. **Qualidade e produtividade nos transportes**. 2ª ed. São Paulo: Cengage Learning, 2015.

WANKE, Peter F. **Logística de Transportes de Cargas no Brasil**. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

Complementar

BALLOU, Ronald H. **Logística Empresarial: Transporte/Administração de Materiais/Distribuição Física**. São Paulo: Atlas, 2011.

BOWERSOX, Donald J.; CLOSS, David J. **Logística empresarial: o processo de integração da cadeia de suprimento**. São Paulo: Atlas, 2010.

CAIXETA-FILHO, José Vicente; MARTINS, Ricardo Silveira (orgs.). **Gestão Logística do Transporte de Cargas**. São Paulo: Atlas, 2011.

CAXITO, Fabiano. **Logística – um enfoque prático**. São Paulo: Saraiva, 2011.

SILVA, Angelita Freitas da Silva. **Fundamentos de Logística**. Curitiba: Livro Técnico, 2012.

Pré-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

Optativa		Marketing de Serviço e Varejo	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
-----------------	--	--------------------------------------	---

Objetivo Geral

Promover a construção de conhecimentos teóricos e práticos a respeito da área de marketing de serviços e varejo.

Ementa

Conceito e classificação dos serviços. Desenvolvimento e gerenciamento do portfólio de serviços. Evolução de serviços e mercados. Novos Serviços: importância estratégica, posicionamento, criação, desenvolvimento e lançamento. Gestão de projetos de desenvolvimento de serviços. Evolução do varejo. O varejo no Brasil e no mundo. Tipos de varejos e varejistas. Decisões de marketing mix no varejo. Gerenciamento no varejo. Tecnologia de informação e de comunicação no varejo.

Referências

Básicas

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing de varejo**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

LOVELOCK, Christopher; JOCHEN, Wirtz. **Marketing de serviços**: pessoas, tecnologia e resultados. 7. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

ZEITHAML, Valerie A. **Marketing de Serviços**: a empresa com foco no cliente. 5º ed. Porto Alegre. AMGH, 2014.

Complementares

FERNANDES, Brasil Ramos; ZANELLA, Marília de M. **Princípios de Marketing e Serviços**: Conceitos, Estratégias e Casos. 3. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

MATTAR, Fauze Najib (org.). **Gestão de produtos, serviços, marcas e mercados**: estratégias e ações para alcançar e manter-se *Top of Market*. São Paulo: Atlas, 2009.

OLIVEIRA, Bráulio (org.). **Gestão de Marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

HOFFMAN, K. Douglas; BATESON, John E. G.; IKEDA, Ana A.; CAMPOMAR, Marcos C.; SARQUIS, Aléssio Bessa. **Estratégias de marketing para serviços: como as organizações de serviços devem estabelecer e implementar estratégias de marketing**. São Paulo: Atlas, 2009.

Pré-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

Optativa		Métodos e Processos	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
-----------------	--	----------------------------	---

Objetivo geral:

Propiciar conhecimentos relacionados aos métodos e processo de fabricação, colaborando para a formação complementar relacionada a produção e qualidade.

Ementa:

Métodos e processos de fabricação, utilização de equipamentos, materiais e mão de obra, estudos relacionados ao leiaute, mão de obra, equipamentos, instalações, fluxo racional das atividades e outros, a fim de solucionar problemas existentes e otimizar os meios de produção e de qualidade.

Referências:

Básica:

FERNANDES, Flávio César Faria; GODINHO FILHO, Moacir. **Planejamento e controle da produção: dos fundamentos ao essencial**. São Paulo: Atlas, 2010.

MOURA, Reinaldo A.; BANZATO, Eduardo. **Redução do tempo de Setup: troca rápida de ferramentas e ajustes de máquina**. São Paulo: IMAM, 2006.

SANTOS, Javier; WYSK, Richard A.; TORRES, José M. **Otimizando a produção com a metodologia Lean**. São Paulo: Hemus, 2009.

Complementar:

BARBARÁ, Saulo; FREITAS, Sydney (Org.). **Design: gestão, métodos, projetos, processos**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2007.

CAMPOS, Mário Massa de; TEIXEIRA, Herbert C. G. **Controles típicos de equipamentos e processos industriais**. São Paulo: Edgard Blucher, 2006.

LIN, Chih Cheng; MELO FILHO, Leonel Del Rey de. **QFD: desdobramento da função qualidade na gestão de desenvolvimento de produtos**. São Paulo: Edgard Blucher, 2007.

PARETO, Luis. **Formulário técnico: elementos de máquinas**. São Paulo: Hemus, 2003.

WIENEKE, Falko. **Gestão da produção: planejamento da produção e atendimento de pedidos**. 2.ed. São Paulo: Edgard Blucher, 2009.

Pré-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

Optativa		Modelagem Financeira	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
-----------------	--	-----------------------------	---

Objetivo Geral

Desenvolver a capacidade de utilizar planilhas eletrônicas como suporte à decisão financeira.

Ementa

Introdução à modelagem financeira e à tomada de decisão. Introdução a planilhas eletrônicas aplicada à modelagem financeira. Análise de sensibilidade e otimização. Aplicações em modelagem financeira. Aplicações.

Referências**Básica**

CORREIA NETO, Jocildo Figueiredo. **Excel para profissionais de finanças: manual prático**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

MOORE, Jeffrey H.; WEATHERFORD, Larry R. **Tomada de decisão em administração com planilhas eletrônicas**. 6ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

COSTA, Reinaldo Pacheco da; SARAIVA JÚNIOR, Abraão Freires; FERREIRA, Alisson Akira Shimada. **Preços, orçamentos e custos industriais: fundamentos da gestão de custos e de preços industriais**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

Complementar

BRUNI, Adriano Leal. **A Administração de custos, preços e lucros: com aplicações na HP12C e excel**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

CORNACHIONE JUNIOR, Edgard Bruno. **Informática aplicada às áreas de contabilidade, administração e economia**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

HIRSCHFELD, Henrique. **Engenharia econômica e análise de custos: aplicações práticas para economistas, engenheiros, analistas de investimentos e administradores**. 7.ed.rev. atual e Projeto Pedagógico do Curso Técnico em Finanças – IFRS Campus Erechim. 38ampl. São Paulo, SP: Atlas, 2012.

HOJI, Masakazu. **Administração Financeira e Orçamentária: matemática financeira aplicada, estratégias financeiras e orçamento empresarial**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

LAPPONI, Juan Carlos. **Modelagem financeira com excel e VBA**. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, 2008.

Pré-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

Optativa		Sistemas de Qualidade	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 66h
-----------------	--	------------------------------	---

Objetivo Geral

Auxiliar os acadêmicos no aprendizado dos conceitos básicos e das práticas da administração da qualidade na área de produção.

Ementa

Conceitos básicos. Evolução histórica do conceito de qualidade. Princípios e fundamentos da qualidade. Sistemas de certificação e avaliação: normas ISO 9001 e 14001, OHSAS 18001 e SA 8000. Programas regionais da qualidade. Modelos de excelência - prêmios da qualidade. Programas participativos: programa 5S. Círculos de controle da qualidade. Implantação de sistemas de gestão da qualidade: conceitos básicos. Estratégias de implantação. Planos de implantação. Auditorias da qualidade. Estrutura para implantação de sistemas da qualidade.

Referências

Básicas

CAMPOS, Vicente Falconi. **Qualidade total:** padronização de empresas. Nova Lima: INDG, 2004.

JURAN, J. M. **A qualidade desde o projeto:** os novos passos para o planejamento da qualidade em produtos e serviços. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

MARANHÃO, Mauriti. **ISO série 9000:** manual de implementação: versão 2000. 6.ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

Complementares

CARPINETTI, Luiz Cesar Ribeiro; MIGUEL, Paulo Augusto C., GEROLAMO, Mateus Cecílio. **Gestão da qualidade ISO 9001:2008.** São Paulo: Atlas, 2007.

CARVALHO, Pedro Carlos de. **Programa 5S e a qualidade total.** 4.ed. São Paulo: Alínea, 2006.

CARVALHO, Marly Monteiro; PALADINI, Edson Pacheco (Coord.). **Gestão da qualidade:** teoria e casos. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

LIN, Chih Cheng; MELO FILHO, Leonel Del Rey de. **QFD: desdobramento da função qualidade na gestão de desenvolvimento de produtos.** São Paulo: Edgard Blucher, 2007.

PALADINI, Edson Pacheco. **Avaliação estratégica da qualidade.** 2.ed. São Paulo: Atlas, 2011.

Pré-requisitos:

Não possui pré-requisitos.

Optativo		Projeto Integrador II	Hora/aula: 80h Hora/relógio: 44h
----------	--	-----------------------	-------------------------------------

Objetivo geral

Aplicar conhecimentos interdisciplinares, através do desenvolvimento de projeto integrando conteúdos de diferentes componentes curriculares.

Ementa:

O projeto integrador possui um caráter sistêmico, envolvendo atividade interdisciplinar com os conteúdos ministrados em componentes curriculares ofertados na matriz curricular do curso.

Referências:

Básica

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Administração para Empreendedores.** São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011

LAUDON, Kenneth C.; LAUDON, Jane Price. **Sistemas de informações gerenciais.** 10. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary; SANTOS, Dilson Gabriel dos; ALVAREZ, Francisco Javier S. Mendizabal. **Princípios de marketing**. 15. ed. São Paulo: Pearson, c2015. xix, 780 p.

Complementar

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **Informação e documentação: trabalhos acadêmicos: apresentação. NBR 14724/2005**. Rio de Janeiro, 2005.

COELHO, Fabiano Simões. **Formação estratégica de precificação: como maximizar o resultado das empresas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2014. GRIFFIN, Michael P. **Contabilidade e finanças**. São Paulo Saraiva 2012

CORRÊA, Henrique L.; CORRÊA, Carlos A. **Administração de produção e operações: manufatura e**

HITT, Michael A.; IRELAND, R. Duane; HOSKISSON, Robert E. **Administração estratégica**. São Paulo: Thomson Pioneira, 2007.

BALLOU, Ronald H. **Logística empresarial: Transportes, administração de materiais e distribuição física**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

Pré-requisitos:

Não há pré-requisitos

Optativo		Intercâmbio	Carga horária de acordo com o componente revalidado
-----------------	--	--------------------	--

Objetivo Geral

Oportunizar o aproveitamento de conteúdos de componentes complementares à matriz curricular realizados em instituições nacionais externas ao IFRS ou em instituições internacionais, que envolvam temas correlacionados aos componentes curriculares ou às linhas de pesquisa e extensão do curso de Graduação em Administração.

Ementa

Prevê o aproveitamento de componentes curriculares cursados em Instituição de Ensino Superior, nacional ou internacional.

Referências

Básicas

Considerar-se-á as referências básicas do componente curricular cursado pelo discente em outra instituição de ensino

Complementares

Considerar-se-á as referências complementares do componente curricular cursado pelo discente em outra instituição de ensino

Pré-requisitos:

De acordo com o componente curricular ofertado