



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA  
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO GRANDE DO SUL  
CAMPUS ERECHIM  
COORDENAÇÃO DE PESQUISA, PÓS-GRADUAÇÃO E INOVAÇÃO  
SECRETARIA DE PÓS-GRADUAÇÃO

**IFRS CAMPUS ERECHIM**  
**CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO ESTRATÉGICA DE NEGÓCIOS**  
**EMENTÁRIOS E BIBLIOGRAFIAS**

**DISCIPLINA:** Introdução à Educação a Distância (EaD)

**CARGA HORÁRIA:** 18 horas/aula; 15 horas/relógio

**EMENTA:** Histórico da educação a distância. Fundamentos teóricos e metodológicos da educação a distância. Os papéis na EaD. Ambientes virtuais de aprendizagem. Avaliação em ambientes virtuais de aprendizagem apoiados pela internet.

**REFERÊNCIAS:**

**Básicas:**

BRASIL. **Diário oficial da União**. Portaria do MEC nº. 2117, de 6 de dezembro de 2019. Dispõe sobre a oferta de carga horária do ensino a distância (EAD). Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/portaria-n-2.117-de-6-de-dezembro-de-2019-232670913>. Acesso em: 24 set. 2021.

BRASIL. MEC e CNE. **Parecer CNE/CP nº 05/2020, de 28 de abril de 2020**. Disponível em: [http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com\\_docman&view=download&alias=145011-pcp005-20&category\\_slug=marco-2020-pdf&Itemid=30192](http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=145011-pcp005-20&category_slug=marco-2020-pdf&Itemid=30192). Acesso em: 24 set. 2020.

MORAN, José Manuel. **O que é Educação a Distância**. 2002. Disponível em: <http://www2.eca.usp.br/moran/wp-content/uploads/2013/12/dist.pdf>. Acesso em: 24 set. 2021.

**Complementares:**

SILVA, Júlia Marques Carvalho; ACCORSI, Maria Isabel (orgs.). **Moodle para alunos**. Bento Gonçalves: IFRS, 2015. Disponível em: <https://ifrs.edu.br/wpcontent/uploads/2017/07/MoodleAluno.pdf>. Acesso em: 22 mar. 2022.

SILVA, Júlia Marques Carvalho; ACCORSI, Maria Isabel (orgs.). **Moodle para tutores**. Bento Gonçalves: IFRS, 2015. Disponível em: <https://ifrs.edu.br/wpcontent/uploads/2017/07/MoodleTutor.pdf>. Acesso em: 22 mar. 2022.

SILVA, Júlia Marques Carvalho (org.). **Manual básico do moodle para professores**. Bento Gonçalves: IFRS, 2015. Disponível em: [https://ifrs.edu.br/wpcontent/uploads/2020/04/ManualEaDProfessor\\_2020.pdf](https://ifrs.edu.br/wpcontent/uploads/2020/04/ManualEaDProfessor_2020.pdf). Acesso em: 22 mar. 2022.

JUNIOR MACHADO, F. S. **Interatividade e interface em um ambiente virtual de**

**aprendizagem.** Passo Fundo: IMED, 2008.

CARVALHO, Fábio C. Araújo de; IVANOFF, Gregorio Bittar. **Tecnologias que educam: ensinar e aprender com tecnologias da informação e comunicação.** São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2010.

**DISCIPLINA: Gestão e Modelos de Negócios**

**CARGA HORÁRIA:** 30 horas/aula; 25 horas/relógio

**EMENTA:** As organizações no contexto atual. Tipos de organizações. Ambientes micro, meso e macro. B2B. B2C. B2E. B2G. C2C. Modelos de Negócios: conceito, características e elementos que compõem os modelos de negócios. Delineamento de arquétipos de modelo de negócio. Técnicas para auxiliar na construção de modelos de negócios: Business Model Canvas. Modelos de negócios sustentáveis. ESG e Economia Circular.

**REFERÊNCIAS:**

**Básicas:**

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

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

MAGRETTA, Joan; CHRISTENSEN, Clayton, M.; McGRATH, Rita G. **Inovação em Modelos de Negócios:** 10 artigos essenciais da Harvard Business Review. Coimbra/Portugal: Grupo Almedina, 2023.

**Complementares:**

ALCÂNTARA, Priscila *et al.* (org.). **O futuro das organizações pela perspectiva design-driven.** Rio de Janeiro: Alta Books, 2023. 1 recurso online.

GALINDO, Fábio; ZENKNER, Marcelo; KIM, Yoon Jung. **Fundamentos do ESG:** Geração de valor para os negócios e para o mundo. Belo Horizonte, MG: Fórum, 2023.

LÜDEKE-FREUND, F.; DEMBERK, K. Sustainable business model research and practice: Emerging Field or Passing Fancy?. **Journal of Cleaner Production.** v. 168, 2017, p.1668-1675.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business Model Generation:** inovação em modelos de negócios. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.

WEETMAN, Catherine; SERRA, Afonso Celso da Cunha. **Economia circular:** conceitos e estratégias para fazer negócios de forma mais inteligente, sustentável e lucrativa. 1. ed. Jaraguá do Sul: Autêntica Business, 2019.

**DISCIPLINA: Economia comportamental e tomada de decisão**

**CARGA HORÁRIA:** 30 horas/aula; 25 horas/relógio

**EMENTA:** Microeconomia e a escolha racional. Economia da informação. Teoria dos jogos e decisões estratégicas. Racionalidade Limitada. Atalhos e distorções nas decisões. Arquitetura de escolhas.

**REFERÊNCIAS:**

**Bibliografia Básica:**

**BÊRNI**, Duilio de A.; **FERNANDEZ**, Brena Paula M. **Teoria dos Jogos: crenças, desejos e escolhas**. Rio de Janeiro: Saraiva, 2014.

**FRANK**, Robert H. **Microeconomia e comportamento**. Porto Alegre: Bookman, 2013.

**IGLESIAS**, Martin C.; **PADOVESI**, Gabriel K. **Finanças comportamentais e arquitetura de escolhas: como prever a irracionalidade do mercado e criar soluções financeiras humanizadas**. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2024.

**Bibliografia Complementar:**

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

**BRIDGER**, Darren. **Neuromarketing: Como a neurociência aliada ao design pode aumentar o engajamento e a influência sobre os consumidores**. São Paulo: Autêntica Business, 2018.

**FERREIRA**, Vera Rita de M. **Decisões econômicas: você já parou para pensar**. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2023.

**GARÓFALO**, Gilson de L. **Fundamentos de Teoria Microeconômica Contemporânea**. Rio de Janeiro: Atlas, 2016.

**VARIAN**, Hal. **Microeconomia - Uma Abordagem Moderna**. 9. ed. Rio de Janeiro: GEN Atlas, 2015.

**DISCIPLINA:** Gestão da Tecnologia da Informação e do Conhecimento

**CARGA HORÁRIA:** 30 horas/aula; 25 horas/relógio

**EMENTA:** Ferramentas digitais para produtividade e colaboração. Sistemas de informação: tipos, níveis, aplicações e estratégias para competitividade. Aspectos humanos na adoção de sistemas de informação. Questões éticas em sistemas de informação, uso de dados e segurança. Gestão do conhecimento organizacional. Tipos e processo de tomada de decisão. Tecnologias emergentes de auxílio à gestão.

**REFERÊNCIAS:**

**Básicas:**

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

**LAUDON**, Kenneth C.; **LAUDON**, Jane P. **Sistemas de informação gerenciais: administrando a empresa digital**. Bookman Editora, 2022.

TURBAN, Efraim; VOLONINO, Linda. **Tecnologia da Informação para Gestão**:- Em Busca de um Melhor Desempenho Estratégico e Operacional. Bookman Editora, 2013.

**Complementar**

OLIVEIRA, Djalma P. R. **Sistemas de informações gerenciais** : estratégias, táticas, operacionais. 17. ed. São Paulo, SP : Atlas, 2018.

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

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.

ANGELONI, M. T. (Coord.). **Organizações do conhecimento**: infra-estrutura, pessoas e tecnologias. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

SÊMOLA, Marcos. **Gestão da segurança da informação**. Elsevier Brasil, 2014

**DISCIPLINA: Gestão Estratégica e Competitividade**

**CARGA HORÁRIA:** 30 horas/aula; 25 horas/relógio

**EMENTA:** Conceito de estratégia e administração estratégica. O processo de administração estratégica. O Planejamento Estratégico. Missão, visão e valores. Análise do ambiente externo e interno. Análise da Concorrência. Matriz BCG. Matriz GUT. Matriz SWOT. Estratégia competitiva. Estratégia de cooperação. A Estratégia e a responsabilidade social e ambiental. Indicadores de desempenho e o BSC.

**REFERÊNCIAS:**

**Básicas:**

HITT, Michael A.; IRELAND, R. Duane; HOSKISSON, Robert E. **Administração estratégica**: competitividade e globalização – conceitos. Tradução da 12. ed. americana. São Paulo: Cengage Learning, 2019.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento estratégico**: conceitos, metodologia e práticas. 35. ed. São Paulo: Atlas, 2023.

YAMASHITA, Hugo Tubone. **Cooperação empresarial**: contratos híbridos e redes empresariais. São Paulo: Grupo Almedina, 2022. 1 recurso online

**Complementar**

BALESTRIN, A.; VERSCHOORE, J. **Redes de cooperação empresarial**: estratégias de gestão na nova economia. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2016.

GHEMAWAT, Pankaj. **A estratégia e o cenário dos negócios**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

KIM, W. Chan; MAUBORGNE, Renée. **A estratégia do oceano azul**: Como criar novos mercados e tornar a concorrência irrelevante, de Editorial GMT Editores Ltda, 2019.

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

PORTER, Michael E. Competição: **estratégias competitivas essenciais**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009. ANGELONI, M. T. (Coord.). **Organizações do conhecimento**: infra-estrutura, pessoas e tecnologias. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

**DISCIPLINA: Gestão Estratégica de Marketing**

**CARGA HORÁRIA:** 30 horas/aula; 25 horas/relógio

**EMENTA:** Fundamentos de gestão para o marketing. Marketing Estratégico: segmentação de mercado e posicionamento; Planejamento e Desenvolvimento do Composto de Marketing: produto, preço, distribuição e comunicação integrada de marketing; Estilo de Vida e Comportamento de Compra dos Consumidores; Plano de Marketing.

**REFERÊNCIAS:**

**Básicas:**

CHURCHILL, Gilbert A.; PETER, J. Paul. **Marketing**: criando valor para os clientes. 3. ed. São Paulo, SP: Saraiva, 2012.

KOTLER, Philip. e KELLER, Kevin L. **Administração de Marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2006.

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

**Complementares:**

CARVALHO, Marco Aurélio D. **Inovação em produtos** : IDEATRIZ, uma aplicação da TRIZ; Inovação sistemática na ideação de produtos. 2. ed. São Paulo: Blucher, 2017.

KOTLER, Philip. **Marketing para o século XXI** : como criar, conquistar e dominar mercados. Rio de Janeiro: Alta Book, 2021.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing**: conceitos, exercícios, casos. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

VARADARAJAN, Rajan. Theoretical underpinnings of research in strategic marketing: a commentary. **Journal of the Academy of Marketing Science**, v. 47, p.30-36, outubro de 2019.

**DISCIPLINA: Tecnologia e Inovação**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>CARGA HORÁRIA:</b> 30 horas/aula; 25 horas/relógio                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>EMENTA:</b> Fundamentos da tecnologia e inovação. Tecnologias emergentes e seus impactos nos negócios. Inteligência Artificial. Gestão da inovação nos negócios. Cultura organizacional e liderança para inovação. Impactos sociais e éticos da inovação tecnológica.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>REFERÊNCIAS:</b><br><b>Básicas:</b><br>BURGELMAN, Robert A.; CHRISTENSEN, Clayton M.; WHEELWRIGHT, Steven C. <b>Gestão estratégica da tecnologia e da inovação: Conceitos e soluções</b> . 5.ed. Porto Alegre, RS: AMGH, 2012.<br>LEIPNITZ, Daniel; LÓSSIO, Rodrigo (org.). <b>Ponte para a inovação</b> . Florianópolis, SC: Santa Editora, 2021.<br>SCHERER, Felipe Ost; CARLOMAGNO, Maximiliano Selistre. <b>Gestão da Inovação na prática: Como aplicar conceitos e ferramentas para alavancar a inovação</b> . 2. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2016.<br><b>Complementares:</b><br>AKABANE, Getulio K; POZO, Hamilton. <b>Inovação, tecnologia e sustentabilidade: histórico, conceitos e aplicações</b> . São Paulo: Érica, 2019.<br>BESWICK, Cris; BISHOP, Derek; GERAGHTY, Jo. <b>Inovação: como implementar uma cultura de inovação na sua empresa e prosperar</b> . 1. ed. Belo Horizonte, MG: Autêntica Business, 2023.<br>BROWN, Tim. <b>Design thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias</b> . Rio de Janeiro: Alta Books, 2020.<br>FONSECA, Edson; CARSTENS, Danielle. <b>Gestão da tecnologia e inovação</b> . 1. ed. Curitiba, PR: Intersaberes, 2019.<br>GOMES, Gustavo Bueno. <b>Facilities: desenvolvendo ambientes de trabalho inovadores</b> . 1. ed. São Paulo, SP: Trevisan, 2022.<br>VIDAL, André. <b>Agile Think Canvas</b> . 1. ed. Rio de Janeiro: Brasport, 2017. |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>DISCIPLINA:</b> Empreendedorismo e Desenvolvimento de Negócios Inovadores                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>CARGA HORÁRIA:</b> 30 horas/aula; 25 horas/relógio                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>EMENTA:</b> Fundamentos de empreendedorismo. Ecossistemas de inovação e empreendedorismo. Identificação e validação de oportunidades de negócios. Modelagem de negócios e metodologias ágeis. Empreendedorismo sustentável e impacto social. Intraempreendedorismo e Inovação Corporativa. |
| <b>REFERÊNCIAS:</b><br><b>Básicas:</b><br>DORNELAS, José Carlos Assis. <b>Empreendedorismo: transformando ideias em negócios</b> . 9.                                                                                                                                                         |

ed. Barueri, SP: Atlas, 2023.

HÖFLER, Cláudio Edilberto; JUCHEM, Dionise Magna; MARIN, Fábio Augusto (org.). **Gestão e negócios: desenvolvendo capacidades competitivas organizacionais**. Porto Alegre, RS: IFRS, 2016.

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

**Complementares:**

DORNELAS, José. **Plano de negócios com o modelo Canvas**: guia prático de avaliação de ideias de negócio. 3. Rio de Janeiro: Atlas, 2023.

GOMES, Gustavo Bueno. **Facilities: desenvolvendo ambientes de trabalho inovadores**. 1. ed. São Paulo, SP: Trevisan, 2022.

HASHIMOTO, Marcos; BORGES, Cândido. **Empreendedorismo: plano de negócios em 40 lições**. 2. São Paulo: Saraiva, 2019.

MUNIZ, Antonio. **Jornada ágil de liderança: entenda como desenvolver times protagonistas para resultados inovadores e sustentáveis no mundo digital**. 1. ed. Rio de Janeiro: Brasport, 2020.

WILLIGAN, Geri; CHARAN, Ram. **Repensando a vantagem competitiva: novas regras para a era digital**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2022.

**DISCIPLINA: Liderança e Gestão Estratégica de Pessoas**

**CARGA HORÁRIA:** 30 horas/aula; 25 horas/relógio

**EMENTA:** Fundamentos da gestão estratégica de pessoas. Modelos de gestão de pessoas. Os processos de gestão de pessoas e sua relação com a estratégia organizacional. Liderança. Estilos e modelos de liderança. O papel do líder na gestão estratégica de pessoas. As soft skills no contexto das organizações. Ferramentas para desenvolvimento e gestão de equipes. Tendências em gestão de pessoas.

**REFERÊNCIAS:**

**Básicas:**

BLANCHARD, K. **Liderança de alto nível**: como criar e liderar organizações de alto desempenho. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2019.

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

PEREIRA, Maria Célia Bastos. **RH Essencial**: Gestão Estratégica de Pessoas e Competências. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2020.

**Complementares:**

ARAUJO, Luis César G. de. GARCIA, Adriana Amadeu. **Gestão de pessoas**: Estratégias e

Integração Organizacional. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

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

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas**: O Novo Papel da Gestão do Talento Humano. 5. ed. - São Paulo: Atlas, 2020.

FERNANDES, Bruno Rocha. **Gestão Estratégica de Pessoas Com Foco Em Competências**. 1. ed. São Paulo: Elsevier - Campus, 2013.

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

ROBBINS, Stephen P; JUDGE, Timothy A. **Comportamento organizacional**. 18. ed. São Paulo: Pearson, 2020.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>DISCIPLINA: Marketing Digital</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>CARGA HORÁRIA:</b> 30 horas/aula; 25 horas/relógio                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>EMENTA:</b> Fundamentos do Marketing Digital, Canais de Marketing on-line, Comportamento do Consumidor no Mundo Digital, Estratégias de Marketing Digital, Ferramentas de Marketing digital, Planejamento de marketing digital.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>REFERÊNCIAS:</b><br><b>Básicas:</b><br>GABRIEL, Martha; KISO, Rafael. <b>Marketing na Era Digital Conceitos, plataformas e estratégias</b> . 2. ed. São Paulo: Atlas, 2023.<br>KARSAKLIAN, Eliane. <b>Cybermarketing</b> . São Paulo: Atlas, 2001.<br>LAUDON, Kenneth C.; LAUDON, Jane Price. <b>Sistemas de informações gerenciais</b> . 10. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.<br>KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. <b>Marketing 4.0</b> : do tradicional ao digital. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.<br>VASCONCELLOS, Eduardo (Coord.). <b>Competitividade e negócios eletrônicos</b> : experiências de empresas brasileiras. São Paulo: Atlas, 2005.<br><b>Complementares:</b><br>CHIUSOLI, Cláudio Luiz; IKEDA, Ana Akemi. <b>Sistema de informação de marketing (SIM)</b> : ferramenta de apoio com aplicações à gestão empresarial. São Paulo: Atlas, 2010.<br>CHURCHILL, Gilbert A.; PETER J. Paul. <b>Marketing</b> : criando valor para o cliente. São Paulo: Saraiva, 2010.<br>COSTA, Gilberto César Gutierrez da. <b>Negócios eletrônicos</b> : uma abordagem estratégica e gerencial. Curitiba: Ibpx, 2007. |

STRAUSS, Judy; FROST, Raymond. **E-marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.  
TURCHI, Sandra R. Estratégias de marketing digital e e-commerce. São Paulo: Atlas, 2012.

**DISCIPLINA: Gestão da Cadeia de Suprimentos e Logística**

**CARGA HORÁRIA:** 30 horas/aula; 25 horas/relógio

**EMENTA:** Sistemas logísticos. Cadeia de abastecimento. Logística Integrada. Princípios de logística de entrada, de compras, de logística de apoio à produção, armazenagem, gerenciamento de estoques, distribuição física, transportes e logística reversa. Cadeia de suprimentos sob a ótica das alianças e parcerias para agregação de valor através da integração das organizações.

**REFERÊNCIAS:**

**Básicas:**

BALLOU, R. H. **Logística empresarial**: transporte, administração de materiais e distribuição. São Paulo: Atlas, 2010.

BOWERSOX, Donald J.; CLOSS, David J. **Logística Empresarial**: O processo de integração da cadeia de suprimentos. São Paulo: Atlas, 2009.

CHRISTOPHER, Martin. **Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos**. São Paulo: Cengage Learning, 2016.

**Complementares:**

BERTAGLIA, Paulo Roberto. **Logística e gerenciamento da cadeia de abastecimento**. São Paulo: Saraiva. 2009.

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

NOGUEIRA, Amarildo de Souza. **Logística Empresarial**: Uma Visão Local com Pensamento Globalizado. 1ed. São Paulo: Atlas, 2012.

FRANCISCHINI, Paulino G. **Administração de materiais e do patrimônio**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

**DISCIPLINA: Gestão Financeira**

**CARGA HORÁRIA:** 30 horas/aula; 25 horas/relógio

**EMENTA:** Introdução à administração do capital de giro. Orçamento de caixa. Análise e dimensionamento dos investimentos em capital de giro. Fontes de financiamento para as necessidades do capital de giro e possibilidades de investimentos. Administração de caixa e títulos negociáveis. Análise e controle de crédito. Administração financeira de estoques. Capacidade de crescimento e autofinanciamento. Dificuldades financeiras. Aplicações.

**REFERÊNCIAS:**

**Básicas:**

ASSAF NETO, Alexandre. **Finanças corporativas e valor**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira**. 12. ed. São Paulo: Pearson, 2010.

VIEIRA, Marcos Villela. **Administração estratégica do capital de giro**. São Paulo: Atlas, 2008.

**Complementares:**

ASSAF NETO, Alexandre. **Matemática financeira e suas aplicações**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

FORTUNA, Eduardo. **Mercado financeiro: produtos e serviços**. 18. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2011.

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

LEMES JÚNIOR, Antonio Barbosa; RIGO, Claudio Miessa; CHEROBIM, Ana Paula Mussi S. **Administração financeira: princípios, fundamentos e práticas brasileiras**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

MATIAS, Alberto Borges. **Finanças corporativas de curto prazo: a gestão do valor do capital de giro**. 2. ed. Atlas, 2014.

**DISCIPLINA: Pensamento Sistêmico e Cenários**

**CARGA HORÁRIA:** 30 horas/aula; 25 horas/relógio

**EMENTA:** Conceitos e aspectos gerais de sistemas complexos. Gestão da complexidade em ambientes dinâmicos e incertos. Introdução ao Pensamento Sistêmico. Aplicação do pensamento sistêmico ao contexto empresarial. Cenários Prospectivos. Análise e solução de problemas complexos.

**REFERÊNCIAS:**

**Básicas:**

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.

**Complementares:**

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

CAPRA, 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. **Scenários: 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.

**DISCIPLINA: Seminários em Gestão**

**CARGA HORÁRIA:** 30 horas/aula; 25 horas/relógio

**EMENTA:** Apresentação de demandas de organizações e negócios do contexto atual. *Benchmarking* em modelos de negócios, práticas e ações de gestão em organizações. Identificação de oportunidades de estudos para Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). Seminários com a apresentação dos resultados parciais dos TCCs.

**REFERÊNCIAS:**

**Básicas:**

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 9. ed. Barueri, SP: Atlas, 2023.

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

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

**Complementares:**

CARVALHO, Marco Aurélio D. **Inovação em produtos** : IDEATRIZ, uma aplicação da TRIZ; Inovação sistemática na ideação de produtos. 2. ed. São Paulo: Blucher, 2017. KOTLER, Philip. **Marketing para o século XXI** : como criar, conquistar e dominar mercados. Rio de Janeiro: Alta Book, 2021.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing: conceitos, exercícios, casos**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

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

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

YAMASHITA, Hugo Tubone. **Cooperação empresarial: contratos híbridos e redes empresariais**. São Paulo: Grupo Almedina, 2022. 1 recurso online.

**DISCIPLINA: Metodologia da Pesquisa**

**CARGA HORÁRIA:** 30 horas/aula; 25 horas/relógio

**EMENTA:** A pesquisa científica e suas características. Tipos de Pesquisa. Fontes relevantes para o conhecimento teórico científico. O projeto de pesquisa e suas partes. Formas de apresentação de resultados da pesquisa científica.

**REFERÊNCIAS:****Básicas:**

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

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

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

**Complementares:**

BARROS, Aidil de Jesus Paes; LEHFELD, Neide Aparecida de Souza. **Projeto de pesquisa: propostas metodológicas**. 18. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2008.

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

GIL, Antonio Carlos. **Estudo de caso**. São Paulo: Atlas, 2009.

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

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 7. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2019.

**DISCIPLINA: Trabalho de Conclusão de Curso**

**CARGA HORÁRIA:** 36 horas/aula; 30 horas/relógio

**EMENTA:** Execução do Projeto de pesquisa com ênfase na coleta dos dados, compilação e análise. A redação da pesquisa. A apresentação de pesquisas no formato artigo científico e outros meios de publicação.

**REFERÊNCIAS:****Básicas:**

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

GIL, Antonio Carlos. **Estudo de caso: fundamentação científica, subsídios para coleta e análise de dados, como redigir o relatório**. São Paulo: Atlas, 2009.

GONSALVES, Elisa Pereira. **Conversas sobre iniciação à pesquisa científica**. 5. ed. rev. e ampl. São Paulo, SP: Alínea, 2011.

**Complementares:**

DEMO, Pedro. **Metodologia do conhecimento científico**. São Paulo: Atlas, 2000.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 7. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2008.

MEDEIROS, João Bosco. **Redação científica: a prática de fichamentos, resumos, resenhas**.

12. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2014.

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

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