

## Plano de Ensino

Curso

TECNOLOGIA EM GESTÃO EMPRESARIAL COM ÊNFASE EM MARKETING

### PRIMEIRO SEMESTRE

#### ADMINISTRAÇÃO GERAL I - 40 aulas

**Objetivo:**

Descrever o processo de administrar organizações e as principais teorias, escolas e movimentos da Administração. Definir cada uma das funções gerenciais e as normas administrativas e departamentais.

**Ementa:**

Teoria geral da administração: conceitos e métodos; processos de gerência; técnicas de análise administrativa; a empresa e os sistemas administrativos; as estruturas das funções de produção, de marketing, de finanças e de recursos humanos na indústria, comércio e prestação de serviços; princípios de organização e métodos; cultura organizacional; resolução de estudos de casos sobre a realidade brasileira, enfocando grandes, médias e pequenas empresas.

**Bibliografia Básica:**

MAXIMIANO, A. C. A. Teoria Geral da Administração. Da Escola Científica à Competitividade em Economia Globalizada, 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2000 ou outras edições.

CHIAVENATO, I.. Introdução à Teoria Geral da Administração. São Paulo: Editora Mc. Graw Hill. 1993

**Bibliografia Complementar:**

BACCARO, Archimedes, Introdução Geral à Administração - Adm. Ontem e Hoje, Editora Vozes.

BAETMAN, Thomas S. e SNELL, Scott A. Administração: Construindo Vantagem Competitiva. Atlas, 1998.

BERNARDES, C. Sociologia aplicada à administração, 5 ed. São Paulo, Saraiva, 1999.

BETHLEM, Agrícola. Estratégia Empresarial: Conceitos, Processo e Administração Estratégica. Atlas, 2001.

HAMPTON, D. R.. Administração Contemporânea. São Paulo: Editora Mc. Graw Hill. 1992.

FLEURY, M.T.L.; FISCHER, R.M. Cultura e Poder nas organizações, São Paulo, Atlas, 1992

GRAHAM JR., C.B.; HAYS, S. Para administrar a organização pública, Rio de Janeiro, Zahar, 1994.

MAXIMIANO, A. C. A. Introdução à Administração, 6ª ed. rev. e ampl., São Paulo, Atlas, 2004.

MOTTA, F.C.; CALDAS, M.P. Cultura organizacional e cultura brasileira, São Paulo, Atlas, 1997.

PORTER, Michael E. Estratégia Competitiva: Técnicas para Análise de Indústrias e da Concorrência. CAMPUS, 1986.

ZACARELLI, Sérgio B. Estratégia e Sucesso nas Empresas. Saraiva, 2002.

#### COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL - 40 aulas

**Objetivo:**

Identificar os processos lingüísticos específicos para elaboração de textos escritos que circulam no âmbito empresarial; Estabelecer relações entre os diversos gêneros discursivos e seu funcionamento na produção escrita; Identificar os fatores de coesão na estruturação do texto escrito; Identificar os fatores de coerência no processamento cognitivo do texto; Desenvolver hábitos de análise crítica de produção textual para poder assegurar sua coerência e coesão; Promover a reflexão crítica do aluno dos diversos discursos presentes na comunicação empresarial, considerando as articulações entre esses discursos, a perspectiva discursiva/dialógica e a análise crítica do contexto de produção. Apresentar e promover discussões relacionadas à linguagem, comunicação, sociedade e tecnologia.

**Ementa:**

Semiótica: signos e símbolos na comunicação; análise do discurso: teoria e prática; linguagem e comunicação: a mediação das novas tecnologias de informação; comunicação como rede de relações; comunicação verbal: redação técnica e documental.

**Bibliografia Básica:**

BAGNO, Marcos. Preconceito Linguístico. São Paulo: Edit. Nacional, Edit. Da Universidade de São Paulo, 1976.  
BENVENISTE, Émile. Comunicação Animal e Linguagem Humana. In Problemas de Linguística Geral. São Paulo: Edit. Nacional, Edit. Da Universidade de São Paulo, 1976.  
DANIEL, John. Educação e Tecnologia num mundo globalizado. Brasília: UNESCO, 2003  
DIJK, Teun Adrianus van. Cognição, Discurso e Interação. São Paulo: Contexto, 1996.  
FREIRE, Paulo. Extensão ou Comunicação. São Paulo: Paz e Terra, 1992.  
GNERRE, Maurício. Linguagem, Escrita e Poder. São Paulo: Martins Fontes, 1994.  
KOCH, Ingedore. O Texto e a Construção dos Sentidos. São Paulo: Contexto, 1997.  
-----A Inter-Ação pela Linguagem. São Paulo: Contexto, 1997.  
ORLANDI, Eni. As Formas do Silêncio. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2002.  
----- Texto e Discurso: Formulação e Circulação de Sentidos. Campinas, SP: Pontes, 2001.  
RIBEIRO, Darcy. O Povo Brasileiro. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.  
ROSÁRIO, José Ubiratan. Cultura Brasileira (estudos e roteiros de aula) Belém: Universidade Federal do Pará, 1988.

**Bibliografia Complementar:**

ASSUMPCÃO, Maria E., BOCCHINOI, Maria O. Para escrever bem. São Paulo, Manole, 2002.  
ANTUNES, Ricardo. Os Sentidos do Trabalho. São Paulo: Boitempo Editorial, 2000.  
BARROS, E.M., Gramática da Língua Portuguesa, São Paulo, Atlas, 1995;  
BLIKSTEIN, I. Técnicas de Comunicação Escrita. São Paulo: Ática, 2000.  
CUNHA, C.F., Gramática da Língua Portuguesa, São Paulo, Faname, 1995;  
FRITZEN, José S. Exercícios Práticos de Dinâmica de Grupo e de Relações Humanas. RJ: Petrópolis: Vozes, 1978.  
FRITZEN, Silvino José. Dinâmica de Grupo e de Relações Humanas. Petrópolis: Ed. Vozes, 1978.  
GARCIA, O. M. Comunicação em Prosa Moderna. Rio de Janeiro. Fundação Getúlio Vargas. 1999.  
HABERMAS, J. Ação Comunicativa  
MORAES, Dênis de (Org.). Por uma outra comunicação. Rio de Janeiro: Record, 2003.  
RODRÍGUEZ, Concepción Fernández. Aprender a Estudar. São Paulo: Scipione, 2001.  
ROGER, Cahen, Comunicação Empresarial, São Paulo, Best Seller, 1999.  
ROSSI-LANDI. A Linguagem como Trabalho e como Mercado. São Paulo: Difel, 1985.  
THEREZO, Graciema Pires. O Resumo como Prática de Leitura e de Produção de Texto, in Letras: Revistas do Instituto de Letras de PUC-Campinas, v.20 (1,2), dez., 2001.  
VANOYE, F. Uso da Linguagem. São Paulo. Martins Fontes. 1998.

**ESTATÍSTICA I - 40 aulas**

**Objetivo:**

Levar os estudantes a reconhecer e aplicar os conhecimentos básicos sobre distribuição de frequências, construir e analisar gráficos estatísticos, analisar o afastamento de dados numéricos em relação a um valor médio, utilizar os procedimentos estatísticos para tomadas de decisões e como ferramentas da qualidade, efetuar cálculos de probabilidades e analisar de fenômenos probabilísticos, obter, por regressão, uma curva que melhor ajusta pontos amostrais, interpretar o significado da curva obtida, obter dados por amostragem.

**Ementa:**

Análise de Dados; Dados Estatísticos - Formas de Apresentação de Dados; Medidas de Tendência Central; Medidas de Posição, Medidas de Dispersão; Probabilidade; Variáveis aleatórias discretas; Variáveis aleatórias contínuas; Distribuição Binomial e Normal; Estatística e parâmetros; Amostragem; Teoria de estimação; Intervalos de Confiança; Testes de Hipóteses; Regressão; Modelos de Regressão

**Bibliografia Básica:**

KASMIER, L J. Estatística Aplicada e Economia Administrativa, 1ª ed., São Paulo: Makron Books, 1982.  
MORETTIN, P. & BUSSAB, W.. Estatística Básica, 4ª ed.. São Paulo: Atual, 1999.  
TRIOLA, M. F, Introdução a Estatística, 7ª ed., LTC Editora - Rio de Janeiro, 1999;

**Bibliografia Complementar:**

ANDERSON, SWEENEY, WILLIAMS, Estatística Aplicada a Administração e Economia MARTINS, G. A., Princípios de Estatística, Ed. Atlas.  
WANKE, JULIANELLI, Previsão de Vendas, Ed. Atlas, 2006.

### GEOPOLÍTICA - 40 aulas

**Objetivo:**

Analisar as relações entre o econômico, o social, o político e o cultural numa visão sistêmica. Compreender o desenvolvimento econômico brasileiro abordando-o em seu processo histórico desde a transição da economia agrária para a economia urbano-industrial. Expor e problematizar o desenvolvimento das políticas de integração dos mercados econômicos no contexto da globalização.

**Ementa:**

O capitalismo industrial (1750-1914); a economia pós-primeira e segunda guerras mundiais (1914-1945); a gênese das relações econômicas: a divisão técnica e social do trabalho; a produção e reprodução das relações econômicas no capitalismo e no socialismo; a economia brasileira face à internacionalização do capital; tecnologia e desenvolvimento econômico.

**Bibliografia Básica:**

BLAINEY, Geoffrey. Uma breve História do Mundo. São Paulo: Fundamento, 2004.

HUBERMAN, Leo. Historia da Riqueza do Homem. Rio de Janeiro: Guanabara, 1986;

SANTOS, Milton. Por uma outra globalização. SP: Record, 2000.

\_\_\_\_ et al (orgs.) Fim de século e globalização: o novo mapa do mundo. São Paulo: HUCITEC-ANPUR; ANNABLUME, 2002.

**Bibliografia Complementar:**

ALMEIDA, L. M. Alves; RIGOLIN, T. B. Fronteiras da globalização. São Paulo: Ática, 2004.

FURTADO, C. Formação Econômica do Brasil. São Paulo: Nacional, 1986.

GARGALLO, V.Z. Geografia Econômica Universal. Madrid: EPESA, 1969.

NIVEAU, Maurice. História dos Fatos Econômicos Contemporâneos. São Paulo: Atlas, 1969.

HELLER, R. H. O sistema Econômico. São Paulo: Atlas, 2000.

RATTNER, H.. Tecnologia e Sociedade. São Paulo: Brasiliense, 1981.

### GESTÃO DE NEGÓCIOS - 40 aulas

**Objetivo:**

Oferecer um instrumento para a gestão de negócios, considerando que os conceitos, a metodologia e os resultados obtidos com a elaboração e avaliação de projetos de investimentos são de grande utilidade na atividade profissional.

**Ementa:**

Negócio e Sua Importância; Descrição do Negócio; Análise de Prioridades; Aspectos Comportamentais na Negociação e Suas Eficácias; Técnicas de Negociação; Teoria das Decisões; Criatividade como técnica de resolução de problemas; Inovação e seu processo sistêmico; Inovação e empreendedorismo; Abertura e Desenvolvimento de Novos Negócios; Jogos de Empresa.

**Bibliografia Básica:**

ZACCARELLI, Sérgio B. Estratégia e Sucesso nas Empresas. São Paulo: Saraiva, 2002.

BETHELEM, Agrícola. Estratégia Empresarial: Conceitos, Processo e Administração Estratégica. São Paulo: Atlas, 2001.

**Bibliografia Complementar:**

CHIAVENATO, Idalberto, SAPIRO, Arão. Planejamento Estratégico. Campus, Rio de Janeiro, 2003.

COLLINS, James C. e PORRAS, Jerry I. Feitas para durar: práticas bem-sucedidas de empresas visionárias. Rio de Janeiro: Rocco, 1995.

DRUCKER, Peter F. Administrando para o futuro: os anos 90 e a virada do século. São Paulo: Pioneira, 1996.

DRUCKER, P.F., Inovação e Espírito Empreendedor, Pioneira, São Paulo, 1998.

FERNANDES, Bruno Henrique Rocha e BERTON, Luiz Hamilton. Administração Estratégica: da competência empreendedora à avaliação de desempenho. São Paulo: Saraiva, 2006.

GHOSHAL, Sumantra e TANURE, Betania. Estratégia e Gestão Empresarial: Construindo empresas brasileiras de sucesso; Estudos de Caso. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

HIIRSCHFELD, Henrique, Engenharia Econômica e Análise de Custos, Atlas, São Paulo, 1989.

KUMAR, Nirmalya. Marketing como estratégia: Uma orientação inovadora e comprovada para o crescimento e a inovação. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

LYNCH, Dudley e KORDIS, Paul L. A estratégia do golfinho: a conquista de vitórias num mundo caótico.

São Paulo: Cultrix, 1997.

MINTZBERG, Henry. Planejamento da Estratégia. Bookman. Porto Alegre, 1998.

PORTER, Michael E. Técnicas para Análise de Indústrias e da Concorrência. Rio de Janeiro: Campus, 1986.

PRAHALAD, C. K. A riqueza na base da pirâmide: como erradicar a pobreza com o lucro. Porto Alegre: Bookman, 2005.

#### HUMANIDADES NO CONTEXTO GLOBAL - 40 aulas

**Objetivo:**

Introduzir o aluno nas discussões sobre os impactos do uso de tecnologias nas sociedades contemporâneas, familiarizando-o com abordagens a partir de concepções das ciências humanas. Desenvolver a capacidade de relacionar conhecimentos de diversas áreas na criação e aplicação de tecnologias.

**Ementa:**

Mapeamento social e cultural do mundo; análise sincrônica e diacrônica da cultura e da integração das sociedades; ideais culturais: arte, ciência e tecnologia, cultura e sociedade frente à economia globalizada; cultura: hegemonia e diversidade; contribuição das ciências humanas no desenvolvimento tecnológico.

**Bibliografia Básica:**

CASTELLS, M. A sociedade em rede: A era da informação; economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

LEISINGER, K. M.; SCHMITT, K. Ética empresarial: Responsabilidade global e gerenciamento moderno. Petrópolis: Vozes, 2002.

**Bibliografia Complementar:**

MANÁS, A. V. Gestão de tecnologia e inovação. São Paulo: Érica, 2001.

PRAHALAD, C. K. A riqueza na base da pirâmide: Como erradicar a pobreza com o lucro. Porto Alegre: Bookman, 2005.

SROUR, Robert Henry. Poder cultura e ética nas organizações. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

NETTO, A.J. A revolução das Ideias Sociais, São Paulo, McGraw Hill, 1988;

KURZ, R. O colapso da modernização, Vozes, Rio de Janeiro, 1997;

TOFLER, A. A terceira onda: o fim do industrialismo. São Paulo.

MORAIS, Regis de. Ecologia da Mente. Campinas, SP: Editorial Psy, 1993.

\_\_\_\_\_. Filosofia da ciência e da tecnologia. Campinas, SP: Papirus Editora, 1988.

#### INFORMÁTICA - 80 aulas

**Objetivo:**

Desenvolver as capacidades de entendimento dessa tecnologia, e preparar os profissionais no uso da informática no seu dia-a-dia de trabalho em um escritório automatizado.

**Ementa:**

Aplicações da Informática na Administração e Automação de Escritório; Sistemas de Informações e Banco de Dados; Aplicações de Informática na gestão financeira com a utilização de planilhas eletrônicas; Edição de textos X tratamento de textos; Lógica de programação e Linguagens de Programação de 4ª geração; Prática em computadores.

**Bibliografia Básica:**

Microsoft Press, Windows 2000 Professional. Ed. Campus

Microsoft Press, Office 2000-Sem Mistério. Ed. Berkeley

**Bibliografia Complementar:**

Microsoft Press, Word 2000-Guia Autorizado. Ed. Makron Books

Microsoft Press, Word 2000-Passo a Passo. Ed. Makron Books

AQUINO, Roberta S. (Microsoft), Microsoft Office 2000 - Sem Mistério, 1ª ed., Berkeley: São Paulo, 1994.

### INGLÊS I - 40 aulas

**Objetivo:**

Desenvolver habilidades lingüístico-comunicativas de forma a interagir em linguagens/multiletramentos no contexto discursivo social; desenvolver habilidades em língua inglesa, relacionadas à inserção na sociedade tecnológica global e no mercado de trabalho.

**Ementa:**

Revisão Geral da Estrutura Básica da Língua; Leitura e Atividades Orais e Escritas sobre Compreensão de Textos Técnicos; Exploração dos Termos Técnicos, Verbos e Expressões Idiomáticas.

**Bibliografia Básica:**

COTTON, David; FALVEY, David; KENT, Simon. Market Leader. Elementary Business English. Longman/Pearson Education Limited, Course Book (Livro do Aluno), 2004, Units 1-3 and 6. (ISBN: 058277327X)

LONGMAN Gramática Escolar da Língua Inglesa (Gramática de referência com exercícios e respostas). São Paulo: Longman, 2004. (ISBN: 85-87214-47-0)

LONGMAN - Dicionário Escolar Inglês-Português/Português-Inglês para estudantes brasileiros. São Paulo: Longman, 2003. (ISBN: 0582405734)

ROGERS, John. Market Leader. Elementary Business English. Longman/Pearson Education Limited, Practice File (Livro de Exercícios com CD), 2004, Units 1-3 and 6.

**Bibliografia Complementar:**

GRANT, David; MACLARTY, Robert . Business Basics. Oxford: Oxford University Press, New Edition, 2001. (Student's Book).

GRANT, David; MACLARTY, Robert. Business Basics. Oxford: Oxford University Press, New Edition, 2001. (Workbook)

MURPHY, Raymond. Essential Grammar in Use. Cambridge: Cambridge University Press, 2nd Edition, 1999. (Edição Nova e com respostas aos exercícios).

### MATEMÁTICA - 40 aulas

**Objetivo:**

Efetuar uma revisão dos conceitos fundamentais da matemática e permitir a aplicação de tais conceitos em situações reais.

**Ementa:**

Teoria dos Conjuntos; Aritmética; Relações e Funções; Matrizes e Determinantes; Álgebra Linear; Noções de Lógica.

**Bibliografia Básica:**

LIPSCHUTZ, S., Álgebra Linear, Makron, São Paulo

MORTARI, Cezar A., Introdução à Lógica, São Paulo, Ed. Unesp, 2001

HOFFMANN, Laurence D., BRADLEY, Gerald L. Cálculo - Um Curso Moderno e suas Aplicações, Rio de Janeiro, LTC, 2002.

**Bibliografia Complementar:**

BOLDRINI/COSTA/FIGUEIREDO/WETZLER, S., Álgebra Linear, São Paulo, Editora Harbra, 1986

DANTE, R., Matemática, São Paulo, Ática, 2005

I MIZRAHI, Sullivan, Matemática Finita, Rio de Janeiro, LTC, 2006.

OLIVEIRA, Augusto J. Franco de, Lógica e Aritmética, , 2004.

SOARES, Edvaldo, Fundamentos de Lógica, São Paulo, Atlas, 2003

### SEGUNDO SEMESTRE

#### ADMINISTRAÇÃO GERAL II - 40 aulas

**Objetivo:**

Descrever o processo de administrar organizações e as principais teorias, escolas e movimentos da Administração. Definir cada uma das funções gerenciais e as normas administrativas e departamentais.

**Ementa:**

Teoria geral da administração: conceitos e métodos; processos de gerência; técnicas de análise administrativa; a empresa e os sistemas administrativos; as estruturas das funções de produção, de marketing, de finanças e de recursos humanos na indústria, comércio e prestação de serviços; princípios de organização e métodos; cultura organizacional; resolução de estudos de casos sobre a realidade brasileira, enfocando grandes, médias e pequenas empresas.

**Bibliografia Básica:**

MAXIMIANO, A. C. A. Teoria Geral da Administração. Da Escola Científica à Competitividade em Economia Globalizada, 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2000 ou outras edições.

BAETMAN, Thomas S. e SNELL, Scott A. Administração: Construindo Vantagem Competitiva. Atlas, 1998 ou outras edições.

**Bibliografia Complementar:**

BACCARO, Archimedes, Introdução Geral à Administração - Adm. Ontem e Hoje, Editora Vozes.

BERNARDES, C. Sociologia aplicada à administração, 5 ed. São Paulo, Saraiva, 1999.

BETHLEM, Agrícola. Estratégia Empresarial: Conceitos, Processo e Administração Estratégica. Atlas, 2001.

CHIAVENATO, I.. Introdução à Teoria Geral da Administração. São Paulo: Editora Mc. Graw Hill. 1993 ou outras edições.

HAMPTON, D. R.. Administração Contemporânea. São Paulo: Editora Mc. Graw Hill. 1992.

FLEURY, M.T.L.; FISCHER, R.M. Cultura e Poder nas organizações, São Paulo, Atlas, 1992

GRAHAM JR., C.B.; HAYS, S. Para administrar a organização pública, Rio de Janeiro, Zahar, 1994.

MOTTA, F.C.; CALDAS, M.P. Cultura organizacional e cultura brasileira, São Paulo, Atlas, 1997.

PORTER, Michael E. Estratégia Competitiva: Técnicas para Análise de Indústrias e da Concorrência. CAMPUS, 1986.

ZACARELLI, Sérgio B. Estratégia e Sucesso nas Empresas. Saraiva, 2002.

**ECONOMIA DE NEGÓCIOS - 40 aulas**

**Objetivo:**

Apresentar os conceitos de economia e negócios de maneira a poder compreender os mecanismos da economia e sua interferência nos negócios e no mercado.

**Ementa:**

O Sistema Monetário, Os Bancos Comerciais e o Banco Central; A Unidade de Produção, Seu Funcionamento e a Integração do Sistema Econômico; Capital e Rendimento; Referências da Relação do Trabalho - as Bases Ideológicas das Classes Capitalistas e Operárias e o Peso de Suas Orientações nas Relações de Trabalho.

**Bibliografia Básica:**

MANKIW, N. Gregory. Introdução à economia. São Paulo: Thomson Learning, 2004.

DORNBUSCH, Rudiger, FISCHER, Stanley. Macroeconomia. Makron Books, São Paulo, 1991.

PYNDICK, Robert S., RUBINFELD, Daniel L. MICROECONOMIA, Makron Books, São Paulo, 1991.

BESANKO, D. ET AL. Economia da Estratégia. Bookman. Porto Alegre. 2006

MCGUIGAN, James R., Moyer, Charles R., Harris, Frederick H. De B. Economia de Empresas, Thomson, São Paulo, 2004

**Bibliografia Complementar:**

CALDAS, Sergio Leal, Correção Monetária nas Demonstrações Financeiras, Atlas, São Paulo, 1995;

SILVA, Adelphino Teixeira da, Economia e Mercados, Atlas, São Paulo, 1995;

TASCHIINER, Mauro, Análise e Decisão Sobre Investimentos e Financiamentos, Atlas, São Paulo, 1995.

**ESTATÍSTICA II - 40 aulas**

**Objetivo:**

Levar os estudantes a reconhecer e aplicar os conhecimentos básicos sobre distribuição de frequências, construir e analisar gráficos estatísticos, analisar o afastamento de dados numéricos em relação a um valor médio, utilizar os procedimentos estatísticos para tomadas de decisões e como ferramentas da qualidade, efetuar cálculos de probabilidades e analisar de fenômenos probabilísticos, obter, por regressão, uma curva que melhor ajusta pontos amostrais, interpretar o significado da curva obtida, obter dados por amostragem.

**Ementa:**

Análise de Dados; Dados Estatísticos - Formas de Apresentação de Dados; Medidas de Tendência Central; Medidas de Posição, Medidas de Dispersão; Probabilidade; Variáveis aleatórias discretas; Variáveis aleatórias contínuas; Distribuição Binomial e Normal; Estatística e parâmetros; Amostragem; Teoria de estimação; Intervalos de Confiança; Testes de Hipóteses; Regressão; Modelos de Regressão.

**Bibliografia Básica:**

KASMIER, L. J. Estatística Aplicada e Economia Administrativa, 1ª ed., São Paulo: Makron Books, 1982.  
MORETTIN, P. & BUSSAB, W.. Estatística Básica, 4ª ed.. São Paulo: Atual, 1999.  
TRIOLA, M. F., Introdução a Estatística, 7ª ed., LTC Editora - Rio de Janeiro, 1999;

**Bibliografia Complementar:**

ANDERSON, SWEENEY, WILLIAMS, Estatística Aplicada a Administração e Economia MARTINS, G. A., Princípios de Estatística, Ed. Atlas  
WANKE, JULIANELLI, Previsão de Vendas, Ed. Atlas, 2006

**FUNDAMENTOS DE DIREITO - 40 aulas**

**Objetivo:**

Identificar e interpretar os principais conceitos e institutos do ordenamento jurídico; incorporar e aplicar corretamente e terminologia jurídica; auxiliar na interpretação e solução de situações concretas que envolvam conhecimentos das diversas relações obrigacionais.

**Ementa:**

A Ciência do Direito; Conceito Básico de Direito; Fontes do direito; Principais Ramos do Direito; Noções do Direito Constitucional; Noções do Direito Administrativo; Noções do Direito Tributário; Noções do Direito Civil; Legislação de Importação / Exportação; Código de Propriedade Industrial; Código do Consumidor

**Bibliografia Básica:**

MONTEIRO, Washington de Barros, Curso de Direito Civil, 41ª ed., Saraiva: São Paulo, 2004.  
BASTOS, Celso Ribeiro, Curso e Direito Constitucional, 28ª ed., Saraiva: São Paulo, 2004  
MEIRELLES, Hely Lopes; Direito Administrativo Brasileiro; 19ª edição, ed. Malheiros.

**Bibliografia Complementar:**

MONTORO, André Franco, Introdução à Ciência do Direito, 25ª ed., VCR Tribunais: São Paulo.  
Constituição da República Federativa do Brasil, Ed. Senado, Brasília, 1998  
Código Civil Brasileiro  
Código Tributário Nacional  
DE ALBUQUERQUE, Valéria Medeiros, Curso de Direito Tributário Simplificado; Belo Horizonte: Inédita. 1997  
Curso de Direito Tributário, São Paulo: Saraiva.

**FUNDAMENTOS DE MARKETING - 40 aulas**

**Objetivo:**

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

**Ementa:**

Conceito de Marketing, Ambiente e Sistema de Marketing, Mercado de Bens e Consumo e Comprador/Cliente; Mensuração e Previsão de Demanda; Segmentação de Mercado; Gerenciamento Pós-Venda; O Consumidor Interno de Sistemas; Habilidades e Posturas Necessárias; O Enfoque de Marketing Interno; O Cliente; O Processo Consultivo; Etapas e Fatores de Sucesso.

**Bibliografia Básica:**

KOTLER, Philip. Administração de Marketing: Análise, Planejamento, Implementação e Controle. São Paulo: Atlas, 1998.

**Bibliografia Complementar:**

LAS CASAS, Alexandre, Marketing de Serviços: Conceitos, Exercícios e Casos, Atlas, São Paulo, 1995;  
SEMENIK, R. J., BAMOSSY, G.J., Princípios de Marketing, Makron Books, 1995;  
SCHEWE, Marketing: Conceitos, Casos e Aplicações, Makron Books, 1995.

### GESTÃO AMBIENTAL - 40 aulas

**Objetivo:**

Aprender a diagnosticar, planejar e acompanhar a gestão ambiental na empresa, como parte integrante de suas responsabilidades. Auxiliar no desenvolvimento de políticas empresariais, planos de contingenciamento e medidas que estimulem a proteção do ambiente. Estimular o envolvimento com as questões ambientais e o desenvolvimento sustentável.

**Ementa:**

Conceitos e instrumentos da Gestão Ambiental; Gestão Ambiental como uma questão econômica e de estratégia de negócios; Gestão Ambiental e a responsabilidade social no contexto das organizações; Avaliação de Impactos Ambientais como um dos principais instrumentos de gestão ambiental; Interpretação e aplicação da ISO 14000; Conceitos e tendências para atingir a certificação ambiental ISO 14000 nas organizações.

**Bibliografia Básica:**

MOURA, Luiz Antonio Abdalla de Moura. Qualidade e Gestão Ambiental. 4ª ed. São Paulo: Editora Juarez de Oliveira, 2004.

REIS, Luis Filipe Sanches de Sousa Dias; QUEIROZ, Sandra Mara Pereira de. Gestão ambiental em pequenas e médias empresas. Rio de Janeiro: Qualitymark Ed., 2002.

TACHIZAWA, Takeshy. Gestão Ambiental e Responsabilidade Social e Corporativa: estratégias de negócios focadas na realidade brasileira. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2006.

**Bibliografia Complementar:**

ANDRADE, Rui Otavio Bernardes. Gestão Ambiental, São Paulo, MAKRON BOOKS, 2000.

BACKER, Paul de. Gestão Ambiental: a administração verde. Rio de Janeiro: QUALITYMARK, 2002.

LOPES, Ignez Vidigal. Gestão Ambiental no Brasil: experiência de sucesso. São Paulo: FGV, 2002.

MOURA, Luiz Antonio Abdalla. Qualidade e Gestão Ambiental - Sugestões para a Implantação das Normas ISO. 3ª ed. São Paulo: Oliveira Mendes, 2002.

### INGLÊS II - 40 aulas

**Objetivo:**

Desenvolver habilidades lingüístico-comunicativas de forma a interagir em linguagens/multiletramentos no contexto discursivo social; desenvolver habilidades em língua inglesa, relacionadas à inserção na sociedade tecnológica global e no mercado de trabalho, tendo como ênfase a área de Gestão Empresarial e áreas correlatas.

**Ementa:**

Revisão Geral da Estrutura Básica da Língua; Leitura e Atividades Orais e Escritas sobre Compreensão de Textos Técnicos; Exploração dos Termos Técnicos, Verbos e Expressões Idiomáticas.

**Bibliografia Básica:**

COLLIN, S.M.H. Dictionary of Business. Middlesex: Peter Collin Publishing Ltda., 2nd edition, 1997

COTTON, David; FALVEY, David; KENT, Simon Market Leader. Elementary Business English. Longman/Pearson Education Limited, Course Book (Livro do Aluno), 2004, Units 1-7. (ISBN: 058277327X)

LONGMAN Gramática Escolar da Língua Inglesa (Gramática de referência com exercícios e respostas). São Paulo: Longman, 2004. (ISBN: 85-87214-47-0)

LONGMAN - Dicionário Escolar Inglês-Português/Português-Inglês para estudantes brasileiros. São Paulo: Longman, 2003. (ISBN: 0582405734)

ROGERS, John Market Leader. Elementary Business English. Longman/Pearson Education Limited, Practice File (Livro de Exercícios com CD), 2004, Units 1-7.

**Bibliografia Complementar:**

BERTIN, Jean-Claude. O inglês no transporte e na logística. São Paulo: Edições Aduaneiras Ltda., 2a. reimpressão, 2003. (ISBN 85-7129-167-5)

FLINDERS, Steven. Test your Business English - Elementary. Longman: Penguin/Longman.

GRANT, David; MACLARTY, Robert. Business Basics. Oxford: Oxford University Press, New Edition, 2001. (Student's Book)

GRANT, David; MACLARTY, Robert. Business Basics. Oxford: Oxford University Press, New Edition, 2001. (Workbook)



MURPHY, Raymond. Essential Grammar in Use. Cambridge: Cambridge University Press, 2nd Edition, 1999. (Edição Nova e com respostas aos exercícios).  
STRUTT, Peter Market Leader. Business Grammar and Usage. Essex, England: Longman/Pearson Education Limited, 2000.

### MATEMÁTICA FINANCEIRA - 40 aulas

**Objetivo:**

Reconhecer e saber utilizar em tomada de decisão conhecimentos sobre: juros simples, juros compostos, efetuar os procedimentos para realizar a operação de desconto de títulos e utilizar essa operação como uma das formas de obter capital; efetuar cálculos sobre rendas (formação de capital e amortização de financiamentos); avaliar os custos de um financiamento; efetuar cálculos financeiros para aquisição e substituição de equipamentos; efetuar cálculos de depreciação de equipamentos; efetuar cálculos cambiais; analisar as possibilidades e conveniências de aplicações no mercado financeiro.

**Ementa:**

Porcentagens - Aplicações Comerciais; Conceito de Juros - Mercado Perfeito de Capitais; Juros Compostos - Taxas Equivalentes; Capitalização, Amortização e Métodos de Equivalência para Seleção de Alternativas; Operações de Desconto de Títulos: Desconto Comercial e Desconto Racional; Custo Anual; Taxa Interna de Retorno; Depreciação; Substituição de Equipamentos; Leasing; Compra de Equipamentos.

**Bibliografia Básica:**

ARAÚJO, Carlos Roberto Vieira, Matemática Financeira, 1ª ed., Atlas, São Paulo: 1993.  
HAZZAN, Samuel e POMPEO, José Nicolau e, Matemática Financeira, Atual Editora, São Paulo: 1995.  
KUHNNEN; Osmar Leonardo e UDIBERT, Reinaldo Bower, Matemática Financeira aplicada e análise de Investimentos, Ed. Atlas, São Paulo: 1996.  
ASSAF NETO; Alexandre, Matemática financeira e suas aplicações, Editora Atlas, São Paulo: 1998.  
PUCCINI, Aeraldo de lima, Matemática Financeira, Editora Saraiva, São Paulo: 1999.

**Bibliografia Complementar:**

SOBRINHO, José Dutra Vieira, Matemática Financeira, Editora atlas, São Paulo: 1997.  
BONINI, Edmundo Éboli, Mercado de Capitais. Aplicações de Métodos Quantitativos, s/d.  
DI AGUSTINI, Carlos Alberto e ZELMANOVITZ, Nei Schilling, Matemática aplicada à Gestão de Negócios, FGV Editora, Rio de Janeiro, 2005.  
KUHNNEN; Osmar Leonardo, Matemática Financeira Empresarial, Ed. Atlas, São Paulo: 2006.  
PUCCINI, Abelardo de Lima, Programas de Matemática Financeira, CEDEG - Centro de Ensino e Desenvolvimento Gerencial, 1984.  
ASSAF NETO, Alexandre, Mercado Financeiro, Editora Atlas, São Paulo: 1999.  
CASAROTTO FILHO, Bruno H. K., Análise de investimentos, Editora Atlas, São Paulo: 2000  
SECURATO, José Roberto, Decisões financeiras em condições de risco, Editora Atlas, São Paulo: 1996.  
SIQUEIRA LIMA, Iran, LIMA, Sampaio Franco e PIMENTEL, Renê Coppe, Curso de Mercado Financeiro, Editora Atlas, São Paulo: 2007.  
TOSI, Armando José, Matemática Financeira com utilização do Excel 2000, Editora Atlas, São Paulo: 2000.

### METODOLOGIA DA PESQUISA TECNOLÓGICA - 40 aulas

**Objetivo:**

Desenvolver um conjunto de conhecimentos e atitudes de pesquisa acadêmica abrangendo a natureza e os elementos de Metodologia da Pesquisa Científica e Tecnológica de maneira a permitir ao aluno elaborar um Projeto de Pesquisa de caráter crítico e dialético.

**Ementa:**

O Papel da Ciência e da Tecnologia; Tipos de Conhecimento; Método e Técnica; O processo de Leitura e de Análise Textual; Citações Bibliográficas; Trabalhos Acadêmicos: Tipos, Características e Composição Estrutural; O Projeto de Pesquisa Experimental e Não Experimental; Pesquisa Qualitativa e Quantitativa; Apresentação Gráfica; Normas ABNT.

**Bibliografia Básica:**

GONSALVES, Elisa Pereira. Conversas sobre iniciação à pesquisa científica. Campinas, São Paulo: Editora Alínea, 3. ed., 2003.

LÜCK, Heloísa. Metodologia de Projetos: Uma ferramenta de Planejamento e Gestão. Petrópolis, Rio de Janeiro: Editora Vozes, 3ª ed., 2003.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos de metodologia científica. São Paulo: Editora Atlas S.A., 6. ed., 2005.

VARGAS, Milton. Metodologia da pesquisa tecnológica. Rio de Janeiro: Globo, 1985.

**Bibliografia Complementar:**

ALMEIDA, Ivanete Bellucci Pires de (2003). A incorporação da Informática na Escola Pública de Ensino Fundamental e Médio de Campinas - SP. Mestrado PUC-Campinas, SP.

APPOLINÁRIO, Fábio (2004). Dicionário de metodologia científica: uma guia para a produção do conhecimento científico. São Paulo: Atlas.

CARVALHO, Maria Cecília M. de (org.) (1998). Construindo o saber - Metodologia Científica: Fundamentos e Técnicas. Campinas, SP: Papyrus, 7ª edição.

CORACINI, Maria José Rodrigues F. (1991) Um fazer persuasivo: o discurso subjetivo da ciência. Campinas, São Paulo: Pontes Editores.

KUHN, Thomas S. (1992). A estrutura das revoluções científicas. São Paulo: Editora Perspectiva S.A., 3ª edição.

MINAYO, Maria C de Souza (org.) (1994) Pesquisa Social: teoria, método e criatividade - Petrópolis, RJ: Vozes.

POUZA, Sullivan S. O habitus e o monge: uma análise das contradições das concepções de bons professores de Inglês como língua estrangeira. 2002. 142 f. Dissertação (Mestrado em Letras). Departamento de Letras Modernas da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP, São Paulo, 2002. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8147/tde-17092002-122933/>

SEVERINO, Antônio Joaquim (2002). Metodologia do trabalho científico. São Paulo: Cortez Editora, 22ª edição.

SEVERINO, Antonio Joaquim. Metodologia do trabalho científico. São Paulo: Cortez Editora, 22. ed., 2005.

TRALDI, Maria Cristina; DIAS, Reinaldo (2001) Monografia passo a passo. Campinas, São Paulo: Alínea Editora, 3ª edição.

VARGAS, Milton. Para uma filosofia da tecnologia. São Paulo: Alfa-ômega, 1994.

VARGAS, Milton.. Verdade e Ciência. São Paulo: Livraria Duas Cidades, 1981.

**RELAÇÕES HUMANAS NO TRABALHO - 40 aulas**

**Objetivo:**

Preparar o fator humano de tal maneira que esteja munido de recursos altamente eficientes a fim de enfrentar os conflitos, os desgastes, os desajustes e a fadiga que o setor de trabalho pode ocasionar-lhe.

**Ementa:**

Tipos de Relações Empresariais; Princípios básicos da personalidade, motivação, comunicação, liderança e chefia; Fatores sociais e ambientais e suas influências no trabalho; Técnicas de liderança e chefia; Análise transacional.

**Bibliografia Básica:**

FRITZEN, Silvino José, Exercícios Práticos de Dinâmica de Grupo e de Relações Humanas 1ª volume, 29ª ed., Rio de Janeiro: Vozes, 2000.

FRITZEN, Silvino José, Exercícios Práticos de Dinâmica de Grupo e de Relações Humanas 2ª volume, 29ª ed., Rio de Janeiro: Vozes, 2000.

MOREIRA, Dirceu, A Potencialização do Capital Humano, Ed. Makron Books, São Paulo, 1998.

CLAUS, Moller, O Lado Humano da Qualidade. Ed. Ed. Guazzelli Ltda, São Paulo, 1999

**Bibliografia Complementar:**

CONNELLAN, Thomas K., Fator Humano e Desempenho Empresarial, Trad. De Nivaldo Montigeli Jr., Ed. Harper & Row do Brasil Ltda, 1984.

FERREIRA, Paulo P., Treinamento em Grupo, 2ª ed., Rio de Janeiro: LTC.

KORDA, Michael, O Jogo do Poder na Empresa, Trad. De Roberto Ventura, 3ª ed., Ed. Livraria Francisco Alves.

MAX, Pages e outros, O Poder das Organizações, Trad. p/ português, São Paulo: Atlas, 1987.

MOSCOVI, Fela, Desenvolvimento Pessoal, São Paulo: Atlas, 1985.

RICE, A. K., Formação de Líderes, trad. de Leonid Kipman, IBRASA.

TOFFLER, Alvin, A Empresa Flexível; Trad. de A. B. Pinheiros Lemes, 3ª ed., Rio de Janeiro: Record, 1985.  
CHIAVENATO, Recursos Humanos, 5ª ed., São Paulo: Atlas, 1998.  
PONTES, B. R., Planejamento, Recrutamento e Seleção de Pessoal, 2ª ed., São Paulo: LTr, 1996.

### TERCEIRO SEMESTRE

#### CONTABILIDADE EMPRESARIAL E CONTROLADORIA - 40 aulas

**Objetivo:**

Compreender a contabilidade como um instrumento de análise, avaliação e controle das operações econômico-financeiras da empresa através das suas demonstrações financeiras.

**Ementa:**

Conceito de contabilidade; interesses na informação contábil; balanço, ativo, passivo, patrimônio líquido; procedimentos contábeis básicos; variações da situação líquida; despesa e receita; regimes de competência e caixa; receitas e despesas diferidas; fatos contábeis; operações com mercadorias; inventário e valorização; ativo imobilizado e amortização; demonstrativos de origens e demonstrações.

**Bibliografia Básica:**

IUDICIBUS, Sérgio. Manual de Contabilidade para não contadores. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1995.  
MARION, José Carlos. Contabilidade Empresarial. 7 ed. São Paulo: Atlas, 1998.  
MARTINS, Eliseu. Contabilidade de Custos. 3ª ed. São Paulo, Atlas, 2003

**Bibliografia Complementar:**

HILLIER, Frederick S., LIEBERMAN, Gerald J. - Introdução à Pesquisa Operacional - Ed. Mcgraw-Hill, São Paulo, 2005.  
Horgren, Charles T, Sundem, Gary L. e Stratton, William O. Contabilidade Gerencial. Pearson Education, São Paulo, 12a ed, 2004.

#### DIREITO COMERCIAL - 40 aulas

**Objetivo:**

Saber como utilizar o direito comercial/empresarial no dia-a-dia da empresa, aprendendo toda a legislação comercial/empresarial, desde título executivo até falência, utilizando terminologias jurídicas corretas e sabendo quais são os direitos e deveres da empresa, de acordo com a legislação pátria.

**Ementa:**

Direito Comercial/Empresarial; a atividade da pessoa do empresário, de seus auxiliares e dos atos de comércio; as sociedades comerciais: sociedades personalizadas e sociedades não personalizadas; as micro-empresas; títulos de crédito: conceito e classificação; falência: estado da falência, impontualidade justificada; caracterização e efeitos da falência: sujeitos da falência; a recuperação judicial que fez desaparecer a concordata; Direito Tributário: conceito, tributos, espécies; elementos da obrigação tributária; competência tributária: União, Estado, Município e Distrito Federal; Direito do Consumidor: análise do Código de Defesa do Consumidor.

**Bibliografia Básica:**

MAXIMILIANO, Cláudio Américo S. Resumo de Direito Comercial. Malheiros Editores, 2001.  
COELHO, Fábio Ulhoa, Manual de Direito Comercial, 16ª ed., São Paulo, Saraiva, 2005  
DOWER, Nelson Godoy Bassil. Direito Empresarial, São Paulo, Nelpa Ed., 2003  
CARVALHO, Paulo de Barros. Direito Tributário, 16ª ed., São Paulo, Saraiva, 2004  
NUNES, Rizzatto. Curso de Direito do Consumidor, 1ª ed., São Paulo, Saraiva, 2004

#### GESTÃO DA QUALIDADE - 40 aulas

**Objetivo:**

Conhecer os conceitos modernos de qualidade e da sua gestão.

**Ementa:**

Os "gurus" da qualidade; Conceito Moderno da Qualidade; Qualidade total; As 7 ferramentas da qualidade; Estudo de normas de empresas e normas técnicas; Confiabilidade; Medidas da Qualidade; Qualidade Total e Administração Participativa.

**Bibliografia Básica:**

MOLLER, Claus, O Lado Humano da Qualidade: Maximizando a Qualidade e Serviços Através do Desenvolvimento das Pessoas, 12ª ed., São Paulo: Livraria Pioneira, 1999.

**Bibliografia Complementar:**

AGUAYO, Rafael, Dr. Deming: O Americano que Ensinou a Qualidade Total aos Japoneses, Record, 1993  
BEZERRA, Juarez Cavalcanti, Gerenciamento da Qualidade: O Caminho para a Modernização, Fundação Roberto Marinho/ CNPq/ Grupo Gerdal, 1993.

DEMING, W. Edwards, Qualidade: A Revolução da Administração, São Paulo: Marques Saraiva, 1990.

JURAN, J. M. & GRYNA, Frank M., Controle da Qualidade, São Paulo: Makron Books, 1991.

JURAN, J. M., Juran Planejando para a Qualidade, São Paulo: Livraria Pioneira, 1992.

MIZONO, Shigeru, Gerência para a Melhoria da Qualidade, Rio de Janeiro: LTC, 1993.

ROTHERY, Brien, ISO 9000, São Paulo: Makron Books, 1993.

WAHBA, Claude, Derrubando Fronteiras para Aumentar Qualidade e Reduzir Preços, Ed Hamburg, 1989.

WAHBA, Claude, Rentabilidade: Saindo da Teoria e Partindo para a Prática, Ed. Hamburg, 1993.

BRASSARD, Michael, The Memory Jogger, 1ª ed., Rio de Janeiro: Qualitymark, 1985.

CAMPOS, Vicente Falconi, TQC: Controle da Qualidade Total, 6ª ed., Rio de Janeiro: Bloch, 1992.

CROSBY, Philip B., Qualidade Falando Sério, São Paulo: McGraw Hill, 1990.

IMAM, Desmistificando a ISO 9000, Information Mapping's.

ISHIKAWA, Kaoru, Controle da Qualidade Total, Rio de Janeiro: Campus, 1993.

KOTLER, Philip, Administração de Marketing, São Paulo: Atlas, 1994.

MOURA, Eduardo C., As Sete Ferramentas Gerenciais da Qualidade, São Paulo: Makron Books, 1994.

**GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS - 40 aulas**

**Objetivo:**

Proporcionar ao estudante as condições para identificar as técnicas de aproveitamento de Recursos Humanos, objetivando a melhor adequação na produção e o desempenho do homem dentro de novas tecnologias.

**Ementa:**

A importância dos Recursos Humanos; O homem na empresa, função: decisão e análise; recrutamento de Pessoal; Plano de Carreira; Avaliação de Mérito; A hierarquia na empresa; Treinamento de Pessoal; Organização de um Departamento Pessoal.

**Bibliografia Básica:**

CHIAVENATO, Idalberto, Administração de Recursos Humanos, 5ª ed., São Paulo: Atlas, 1998.

CARVALHO, Antônio Vieira de & NASCIMENTO, Luiz Paulo do, Administração de Recursos Humanos, 2ª ed., São Paulo: Pioneira, 1997.

BERTONI, Bartira C. R., Manual de Recrutamento e Seleção de Pessoal, 1ª ed., STS: São Paulo, 1989.

**Bibliografia Complementar:**

AQUINO, Cleber Pinheiro de, Recursos Humanos, São Paulo: Atlas, 1980.

MASLOW, H. Abraham, A Theory of Human Motivation, Psychological Review (julio 43) p. 370/396, Motivation and Personality, New York, Harper Haw.

RAMOS, Arlindo Vieira de Almeida, Prática de Seleção e Aperfeiçoamento de Pessoal, São Paulo: Atlas.

TOLEDO, Flávio de, Manual de Administração de Pessoal, São Paulo: Atlas.

**GESTÃO DE SISTEMAS DE INFORMAÇÃO - 40 aulas**

**Objetivo:**

Gerenciar uma infra-estrutura de tecnologia de informação, dados e sistemas que abrangem toda a organização.

**Ementa:**

Conceitos de dado, informação e noções fundamentais relativas a valor da informação; operacionalização dos sistemas de informação e de decisão; fundamentos de sistemas de informação; impactos na gestão organizacional; gerenciamento estratégico de informação; tipologia de sistemas de informação e aplicações.

**Bibliografia Básica:**

LAUDON, K. C. LAUDON, J. P. Sistemas de Informação Gerenciais; tradução Arlete Simille Marques; revisão técnica Erico Veras Marques, Belmiro João 5ª.edição Prentice Hall, 2004.

MANAS, A.V., Administração de Sistemas de Informação, São Paulo, Érica, 1999.  
POLLONI, E. G. F Administrando Sistemas de Informação, São Paulo, Futura, 2000.  
POST, G. ANDERSON, D. Management Information Systems: solving business problems with Information Technology. New York: Mc Graw Hill, 1999.  
STAIR, M. , Princípios de Sistemas de Informação, São Paulo, LTC, 2000

#### INGLÊS EMPRESARIAL I - 40 aulas

**Objetivo:**

Conhecer e usar a Língua Inglesa moderna como instrumento de acesso a informações pertinentes à atuação profissional. Possibilitar um aprendizado da Língua Inglesa que permita desenvolver a capacidade de leitura e compreensão, bem como a de produção de textos em Inglês sobre o contexto da gestão empresarial.

**Ementa:**

Estrutura Básica da Língua escrita. Falsos cognatos. Expressões Idiomáticas. Elementos de Ligação ou articuladores lógicos. Estrutura complexa da língua escrita. Estudo do vocabulário específico de textos da área. Estudo do texto oral (correção fonética).

**Bibliografia Básica:**

COLLIN, S.M.H. (1997) Dictionary of Business. Middlesex: Peter Collin Publishing Ltda., 2nd edition.  
COTTON, David; FALVEY, David; KENT, Simon (2004) Market Leader. Elementary Business English. Longman/Pearson Education Limited, Course Book (Livro do Aluno), Units 1-10. (ISBN: 058277327X)  
LONGMAN Gramática Escolar da Língua Inglesa (Gramática de referência com exercícios e respostas). São Paulo: Longman, 2004. (ISBN: 85-87214-47-0)  
LONGMAN - Dicionário Escolar Inglês-Português/Português-Inglês para estudantes brasileiros. São Paulo: Longman, 2003. (ISBN: 0582405734)  
ROGERS, John (2004) Market Leader. Elementary Business English. Longman/Pearson Education Limited, Practice File (Livro de Exercícios com CD), Units 1-10.

**Bibliografia Complementar:**

BERTIN, Jean-Claude (2003) O inglês no transporte e na logística. São Paulo: Edições Aduaneiras Ltda., 2a. reimpressão. (ISBN 85-7129-167-5)  
FLINDERS, Steven. Test your Business English - Elementary. Longman: Penguin/Longman.  
MURPHY, Raymond (1999). Essential Grammar in Use. Cambridge: Cambridge University Press, 2nd Edition (Edição Nova e com respostas aos exercícios).  
SPINOLA, Vera (2005) Let's Trade in English. São Paulo: Edições Aduaneiras Ltda., 3a. reimpressão. (ISBN 85-7129-276-0)  
STRUTT, Peter (2000) Market Leader. Business Grammar and Usage. Essex, England: Longman/Pearson Education Limited.

#### LÍNGUA PORTUGUESA E LITERATURA I - 40 aulas

**Objetivo:**

Aprofundar o estudo da Língua Portuguesa e da Literatura explorando a capacidade humana de criar símbolos para comunicar-se. Reconhecer que a linguagem verbal é meio de comunicação e criação de cultura, geradora de significados e articuladora da organização do mundo. Reconhecer que o domínio da própria língua e das próprias palavras se concretiza no plano do discurso. Estudar os textos literários para possibilitar a reflexão crítica e a relação entre diversos textos e contextos.

**Ementa:**

Estrutura da Língua Portuguesa: Morfossintaxe e Semântica. A gramática e a norma culta: erro e correção gramatical na Língua Portuguesa. Ler e escrever: o texto e seus contextos; redação e interpretação. Pensamento, linguagem e discurso na comunicação. Literatura: a natureza e os traços essenciais dos diversos estilos literários. O texto ficcional: gêneros e modalidades. Redação técnica: recursos para comunicar-se com adequação e eficiência. Aprofundar o aprendizado nas disciplinas seguintes.

**Bibliografia Básica:**

BLIKSTEIN, Izidoro. Técnicas de Comunicação Escrita. São Paulo, SP: Ática, 2000.  
BOSI, Alfredo. História Concisa da Literatura Brasileira. 36ª ed. São 3. Paulo: Cultrix, 1994.  
CARVALHO, Nelly de. Publicidade: A Linguagem da Sedução. São Paulo, SP: Ática, 1996.  
GARCIA, Othon Moacyr. Comunicação em prosa moderna. Aprenda a escrever, aprendendo a pensar.

17ª ed. Rio de Janeiro: Getúlio Vargas, 1999.

**Bibliografia Complementar:**

BARRETO, Lima. Recordações do Escrivão Isaías Caminha. São Paulo, SP: Ática,  
CINTRA, Lindley & CUNHA, Celso. Nova Gramática do Português Contemporâneo. 2ª ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.  
FREIRE, Paulo. A importância do ato de ler. São Paulo: Cortez, 1983.  
INFANTE, Ulisses. Do Texto ao Texto. 6ª ed. São Paulo: Scipione, 1996.  
MACHADO, Anna Rachel; LOUSADA, Eliane Gouvêa; ABREU-TARDELLI, Lília Santos. Resumo. São Paulo, SP: Parábola Editorial, 2004.  
MACHADO, Anna Rachel; LOUSADA, Eliane Gouvêa; ABREU-TARDELLI, Lília Santos. Resenha. São Paulo, SP: Parábola Editorial, 2004.  
SAUSSURE, Ferdinand de. Curso de lingüística geral. São Paulo: Cultrix, 1973.

**ORGANIZAÇÃO, SISTEMAS E MÉTODOS - 80 aulas**

**Objetivo:**

Entender o contexto das organizações com senso crítico e criativo e propor melhorias, como resultado de análise das alternativas, considerando-se diferentes circunstâncias ambientais e diferentes fatores de influência, com vistas a uma atuação estrategicamente competitiva.

**Ementa:**

Metodologia, técnicas para o diagnóstico de modelos organizacionais e para a proposição de planos de melhoria, como suporte estrutural às estratégias de negócios de Organizações.

**Bibliografia Básica:**

CURY, Antônio, Organização e Métodos, uma Visão Holística, 7a ed. ver. E ampl., Editora Atlas: São Paulo, 1995.

**Bibliografia Complementar:**

BIO, Sérgio Rodrigues, Sistemas de Informação - Um Enfoque Gerencial, São Paulo: Editora Atlas, 1985.  
WEISS, Donald H., Como Resolver problemas de Forma Criativa, 2a ed., Editora Novel S. A.: São Paulo, 1990 - 1999.  
DIAS, Ronaldo de Souza, O Sistema de Informação e a Empresa, Editora LTC Livros Técnicos Científicos, 1995.  
OLIVEIRA, Djalma Pinho Rebouças de, Sistemas Organização e Métodos, 12ª ed., São Paulo: Editora Atlas, 2001.  
CASTILHO, Àurea, Liderando Grupos, um enfoque gerencial, Editora Qualitmark: Rio de Janeiro, 1992 e 1999.  
PENTEADO, J. R. Whitaker, A Técnica da Comunicação Humana, Editora livraria Pioneira: São Paulo, 1993.  
CHINELATO FILHO, João, O&M Integrado à Informática, 10a ed., Rio de Janeiro: LTC - Livros Técnicos e Científicos Editora, 2000.  
NADIER, David A., Arquitetura Organizacional: a chave para a mudança empresarial, 8ª ed., Rio de Janeiro: Campus, 1993.

**TEORIA E SOCIOLOGIA DA COMUNICAÇÃO - 40 aulas**

**Objetivo:**

Compreender os processos comunicacionais no contexto das Tecnologias de Informação e seus impactos na formação profissional, nos processos de produção e na vida social. Abordar as principais referências teóricas da comunicação elaboradas a partir da primeira metade do século XX, relacionando-as aos contextos socioeconômicos, políticos e culturais. Empregar a mediação tecnológica e suas possibilidades de linguagem como recurso para desenvolver processos de comunicação no ambiente profissional.

**Ementa:**

A criação da linguagem como experiência humana – símbolo e representação (abordagem sociológica e antropológica). Comunicação e linguagem como experiência humana – A utopia da palavra: o símbolo poético. Abordagem histórica da Comunicação: Semiótica ou Teoria dos signos; Teoria Matemática da Informação; Teoria da Sociologia Funcionalista de Laswell; Teorias Estruturalistas: Sinais e Signos (Saussure, Jackboson e Barthes); A aldeia global de McLuhan. Comunicação de Massa, produção do

consumo e Indústria Cultural (Teorias Críticas e Escola de Frankfurt). Publicidade, consumo e discurso na sociedade midiática – aparato midiático e ideologia (Ignácio Ramonet). Tecnologias digitais e a comunicação na sociedade pós-moderna: dilemas e perspectivas.

**Bibliografia Básica:**

- ANTÔNIO, Severino. A Utopia da Palavra. (col. Educação e Transdisciplinaridade, vol. 2). Rio de Janeiro: Ed. Lucerna, 2002.
- BAUMAN, Zygmunt. Modernidade Líquida, tradução, Plínio Dentzein - Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- BENVENISTE, E. Problemas da Linguística Geral. Campinas: Pontes 1995.
- BUCCI, Eugenio; KEHL, Maria Rita. Videologias: ensaios sobre televisão. [S.l.]: Boitempo, [2004].
- COHN, Gabriel. Comunicação e Indústria Cultural. São Paulo: Companhia Editora Nacional, Editora USP, 1971.
- EPSTEIN, Isaac. O Signo. São Paulo: Ática, 2002.
- MATTELART, Armand e Michèle. História das Teorias da Comunicação. (trad. Rouanet, Luiz Paulo) São Paulo: Loyola, 1999.
- LÉVY, Pierre. As tecnologias da inteligência. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.
- LIMA, Luiz Costa (org.). Teoria da cultura de massa. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.
- McLUHAN, Marshall. Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem. São Paulo: Editora Cultrix, 1969.
- MORAES, Dênis de (Org.). Por uma outra comunicação. Rio de Janeiro: Ed. Record, 2003.
- MORIN, Edgar. Cultura de Massas no século XX – o espírito do tempo. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1977.
- SANTAELLA, Lúcia. O que é semiótica. (col. Primeiros Passos, 103). São Paulo: Ed. Brasiliense, 1983.
- SANTOS, Milton. Por uma outra globalização. São Paulo: Editora Record, 2002.
- \_\_\_\_\_. O país distorcido. (Org.) Ribeiro, Wagner Costa. São Paulo: Publifolha, 2002.

**QUARTO SEMESTRE**

**ADMINISTRAÇÃO CONTÁBIL FINANCEIRA - 40 aulas**

**Objetivo:**

Apresentar as técnicas de planejamento, controle e otimização dos recursos financeiros da organização, bem como reconhecer, interpretar e aplicar as informações do ponto de vista: contábil, administrativo e econômico através de uma abordagem eminentemente gerencial.

**Ementa:**

A importância da função financeira; a evolução da função financeira; a função financeira na organização; a política financeira; o uso da informação financeira - conceitos básicos de orçamento; instrumentos de administração financeira - tipos de orçamento; o processo orçamentário; o processo contábil e de custos; o impacto das decisões financeiras sobre o comportamento econômico.

**Bibliografia Básica:**

- Gitman, Lawrence, J., Princípios de Administração Financeira, 10 ed. Pearson. São Paulo: 2004.
- FLEURIET, M. O Modelo Fleuriet. A Dinâmica Financeiras das Empresas Brasileiras, 3 ed. Rio de Janeiro, 2003.
- Roos, S.A, Wasterfield, W.W, Jaffe, J.F. Corporate Finance, 2 ed., São Paulo, Atlas, 2002.

**Bibliografia Complementar:**

- Hanselman, Duane e Littlefield, Bruce - Matlab 6 Curso Completo. Pearson, São Paulo, 2003.
- WELSH, Glenn A. Orçamento Empresarial. 4 ed. São Paulo: Atlas, 1996.
- SOLOMON, Ezra; PIRINGLE, John J. Introdução à Administração Financeira. São Paulo: Atlas, 1981.
- Copeland, Tom; Koller, Tim e Murrin, Jack. Avaliação de Empresas. Pearson. São Paulo, 2004

**APLICAÇÕES EM SISTEMAS DE INFORMAÇÃO - 80 aulas**

**Objetivo:**

Conhecer os Sistemas Integrados, Modelar os fluxos de Informação, Desenvolver e implantar sistemas de informação que promovam a produtividade e competitividade nas organizações.

**Ementa:**

Sistemas integrados de gestão (ERP): conceitos e características. Sistemas Integrados de Gestão, Fluxo de Informações, Comércio Eletrônico, e-business: conceitos, características, tecnologia e aplicações.

Workflow: conceitos e características. Desenvolvimento de sistemas de informação utilizando as tecnologias estudadas.

**Bibliografia Básica:**

ALBERTIN, AA. Comércio eletrônico: modelo, aspectos e contribuições de sua aplicação, São Paulo: Atlas, 1990.

CHAFFEY, D. Groupware, workflow and intranets: reengineering the enterprise with collaborative software, Boston: Digital Press, 1998.

HABERKORN, E. Teoria do ERP - Enterprise Resource Planning, 2ª Ed, São Paulo, Makron Books, 1999.

**Bibliografia Complementar:**

O'BRIEN, James A. Sistemas de Informação e as Decisões Gerenciais na Era da Internet, 2ª Ed, São Paulo: Saraiva, 2005.

BATISTA, Emerson O. Sistemas de Informação o uso consciente da tecnologia para o gerenciamento, 1ª Ed, São Paulo: Saraiva, 2005.

**DIREITO DO TRABALHO - 40 aulas**

**Objetivo:**

Obter conhecimentos quanto aos direitos e obrigações do empregado e do empregador, utilizando as terminologias jurídicas corretas e sabendo solucionar situações concretas que envolvam as partes do contrato de trabalho.

**Ementa:**

Direito do trabalho: as partes, a remuneração, alteração, interrupção e suspensão do contrato de trabalho; justa causa, aviso prévio e estabilidade; o trabalhador autônomo; férias, 13º salário, fundo de garantia por tempo de serviço (FGTS),

PIS - Programa de Integração Social e PASEP - Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público,

O trabalho da mulher e do menor,

Sistema Previdenciário e aposentadoria;

Justiça do Trabalho: composição e organização.

**Bibliografia Básica:**

NASCIMENTO, Amauri Mascaro. Iniciação ao Direito do Trabalho. 20ª ed. São Paulo: LTR, 2000.

ZAINAGHI, Domingos Sávio. Curso de Legislação Social, 6ª ed., São Paulo, Atlas, 2000.

MARTINS, Sérgio Pinto. Direito da Seguridade Social, 14ª ed. São Paulo, Atlas, 2001.

**Bibliografia Complementar:**

BARROS, Alice Monteiro. Curso de Direito do Trabalho. 2ª ed. São Paulo: LTR, 2006.

**ESPAÑHOL - 40 aulas**

**Objetivo:**

Conhecer e usar a língua espanhola moderna como instrumento de acesso a informações pertinentes à atuação profissional. Compreender em que medida os enunciados refletem a cultura e os aspectos sociais de quem os produzem e de que forma podem ser interpretados. Fazer o aluno em contato com a língua espanhola se inicie numa prática de interpretação e ou reflexão sobre a sua heterogeneidade, tanto na península Ibérica quanto na América.

**Ementa:**

Primeiras noções de língua espanhola: léxico-semânticos; morfossintáticos; fonológico-fonéticos e prosódicos. Redação técnica. Recursos discursivos. As variantes peninsulares e americanas do espanhol observadas através de diferentes situações. As línguas da Espanha. As línguas da América. Aprofundar o aprendizado nas disciplinas seguintes.

**Bibliografia Básica:**

CORPAS, Jaime & MARTÍNEZ, Lola. Socios 1 - Cuaderno de Ejercicios. Barcelona, Difusión, 1999.

FANJUL, Adrián. Gramática y Práctica de Español para brasileños. São Paulo, Santillana, 2005.

FERNÁNDEZ, Gretel E. e FLAVIAN, E. Minidicionário - Español-Português/Português-Espanhol. São Paulo, Ática.

GONZÁLEZ, María et al. Socios 1- Libro del Alumno. Barcelona, Difusión, 1999.

Señas - Diccionario para la Enseñanza de la Lengua Española para Brasileños/Universidad de Alcalá de



Henares. São Paulo, Martins Fontes, 2001.  
MORENO, Francisco, GONZÁLEZ, Neide T. Dicionario Bilingüe de uso. Madrid, Arco Libros, 2004.

**Bibliografia Complementar:**

Diccionario de la lengua española. Madrid, Espasa Calpe, 2005.  
DUARTE, C.A. Diferencias de uso gramaticales entre español/portugués. Madrid: Edinumen, 1999.  
ESTEBAN, G. G et al. Conexión - Curso de Español para profesionales brasileños. Madrid, Cambridge University Press, 2001.  
GONZÁLEZ HERMOSO, Alfredo et al. Gramática de español lengua extranjera. Madrid, Edelsa, 1997.  
GONZÁLEZ HERMOSO, Alfredo. Conjugar es fácil. Madrid, Edelsa, 1996.  
PRADA, Marisa de & BOVET, Montserrat. Hablando de negocios. Madrid, Edelsa, 1998.

**GESTÃO DE MATERIAIS - 40 aulas**

**Objetivo:**

Compreender os conceitos de classificação e controle de estoque e armazenagem e os impactos na condução dos negócios; Processos de compras; Qualificação de fornecedores.

**Ementa:**

Significado e objetivo da administração dos recursos materiais; metodologias e técnicas para administração eficaz dos recursos materiais nas organizações; sistema de controle de materiais; planejamento de necessidades de recursos; administração e política de estoque; níveis de estoque; classificação ABC.

**Bibliografia Básica:**

MARTINS, Petrônio Garcia; ALT, P.R. Campos. Administração de Materiais e Recursos Patrimoniais. São Paulo: Saraiva, 2006 ou outras edições.

**Bibliografia Complementar:**

POZO, Hamilton. Administração de Recursos Materiais e Patrimoniais: uma abordagem logística. São Paulo: Atlas, 2004.  
VIANA, João José. Administração de Materiais: um enfoque prático. São Paulo: Atlas, 2000.  
DIAS, Marco Aurélio P. Administração de Materiais. 4 ed. São Paulo: Atlas, 1995.  
DIAS, Marco Aurélio P. Administração de Materiais: Uma Abordagem Logística. 4 ed. São Paulo: Atlas, 1993.  
CHIAVENATO, Idalberto. Iniciação à Administração de Materiais. São Paulo: McGraw-Hill Ltda., 1991.

**INGLÊS EMPRESARIAL II - 40 aulas**

**Objetivo:**

Conhecer e usar a Língua Inglesa moderna como instrumento de acesso a informações pertinentes à atuação profissional. Possibilitar um aprendizado da Língua Inglesa que permita desenvolver a capacidade de leitura e compreensão, bem como a de produção de textos em Inglês sobre o contexto da gestão empresarial.

**Ementa:**

Estrutura Básica da Língua escrita. Falsos cognatos. Expressões Idiomáticas. Elementos de Ligação ou articuladores lógicos. Estrutura complexa da língua escrita. Estudo do vocabulário específico de textos da área. Estudo do texto oral (correção fonética).

**Bibliografia Básica:**

COLLIN, S.M.H. (1997) Dictionary of Business. Middlesex: Peter Collin Publishing Ltda., 2nd edition.  
COTTON, David; FALVEY, David; KENT, Simon (2004) Market Leader. Elementary Business English. Longman/Pearson Education Limited, Course Book (Livro do Aluno), Units 1-12. (ISBN: 058277327X)  
LONGMAN Gramática Escolar da Língua Inglesa (Gramática de referência com exercícios e respostas). São Paulo: Longman, 2004. (ISBN: 85-87214-47-0)  
LONGMAN - Dicionário Escolar Inglês-Português/Português-Inglês para estudantes brasileiros. São Paulo: Longman, 2003. (ISBN: 0582405734)  
ROGERS, John (2004) Market Leader. Elementary Business English. Longman/Pearson Education Limited, Practice File (Livro de Exercícios com CD), Units 1-12.

**Bibliografia Complementar:**

BERTIN, Jean-Claude (2003) O inglês no transporte e na logística. São Paulo: Edições Aduaneiras Ltda.,

2a. reimpressão. (ISBN 85-7129-167-5)  
FLINDERS, Steven. Test your Business English - Elementary. Longman: Penguin/Longman.  
MURPHY, Raymond (1999). Essential Grammar in Use. Cambridge: Cambridge University Press, 2nd Edition (Edição Nova e com respostas aos exercícios).  
SPÍNOLA, Vera (2005) Let's Trade in English. São Paulo: Edições Aduaneiras Ltda., 3a. reimpressão. (ISBN 85-7129-276-0)  
STRUTT, Peter (2000) Market Leader. Business Grammar and Usage. Essex, England: Longman/Pearson Education Limited.

### LÍNGUA PORTUGUESA E LITERATURA II - 40 aulas

**Objetivo:**

Aprofundar o estudo da Língua Portuguesa e da Literatura explorando a capacidade humana de criar símbolos para comunicar-se. Reconhecer que a linguagem verbal é meio de comunicação e criação de cultura, geradora de significados e articuladora da organização do mundo. Reconhecer que o domínio da própria língua e das próprias palavras se concretiza no plano do discurso. Estudar os textos literários para possibilitar a reflexão crítica e a relação entre diversos textos e contextos.

**Ementa:**

Estrutura da Língua Portuguesa: Morfossintaxe e Semântica. A gramática e a norma culta: erro e correção gramatical na Língua Portuguesa. Ler e escrever: o texto e seus contextos; redação e interpretação. Pensamento, linguagem e discurso na comunicação. Literatura: a natureza e os traços essenciais dos diversos estilos literários. O texto ficcional: gêneros e modalidades. Redação técnica: recursos para comunicar-se com adequação e eficiência. Aprofundar o aprendizado nas disciplinas seguintes.

**Bibliografia Básica:**

ALTHUSSER, Louis. Aparelhos Ideológicos de Estado. Graal, 1998.  
BENJAMIN, Walter. O narrador. Considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. In: Magia e Técnica, Arte e Política: Ensaio sobre Literatura e História da Cultura. São Paulo, SP: Brasiliense, 1994. (v.1)  
BOSI, Alfredo. História Concisa da Literatura Brasileira. 36ª ed. São Paulo: Cultrix, 1994.  
GARCIA, Othon Moacyr. Comunicação em prosa moderna. Aprenda a escrever, aprendendo a pensar. 17ª ed. Rio de Janeiro: Getúlio Vargas, 1999.  
ADORNO, Theodor W. ; HORKHEIMER, Max. Dialética do Esclarecimento. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar Ed., 1985.

**Bibliografia Complementar:**

BLIKSTEIN, Izidoro. Técnicas de Comunicação Escrita. São Paulo, SP: Ática, 2000.  
CINTRA, Lindley & CUNHA, Celso. Nova Gramática do Português Contemporâneo. 2ª ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.  
FREIRE, Paulo. A importância do ato de ler. São Paulo: Cortez, 1983.  
INFANTE, Ulisses. Do Texto ao Texto. 6ª ed. São Paulo: Scipione, 1996.  
MACHADO, Anna Rachel; LOUSADA, Eliane Gouvêa; ABREU-TARDELLI, Lília Santos. Resumo. São Paulo, SP: Parábola Editorial, 2004.  
MACHADO, Anna Rachel; LOUSADA, Eliane Gouvêa; ABREU-TARDELLI, Lília Santos. Resenha. São Paulo, SP: Parábola Editorial, 2004.  
RAMOS, Graciliano. São Bernardo. Rio de Janeiro, RJ: Record.  
SAUSSURE, Ferdinand de. Curso de lingüística geral. São Paulo: Cultrix, 1973.

### MARKETING DE SERVIÇOS - 40 aulas

**Objetivo:**

Compreender a dinâmica do marketing de serviços através das principais ferramentas de gestão apropriadas para a análise e implementação de soluções em serviços. Capacitar os alunos para a crítica e a proposição de estruturas organizacionais adequadas para serviços.

**Ementa:**

Conceituação, natureza e processos de serviços; ciclo de serviços; qualidade em serviços; processo de produção de serviços; estrutura organizacional com ênfase em serviços; a função serviços na era digital.

**Bibliografia Básica:**

LOVELOCK, Christopher e WRIGHT, Lauren Serviços, Marketing e Gestão. São Paulo: Saraiva, 2001.

**Bibliografia Complementar:**

KOTLER, Philip. Administração de Marketing: Análise, Planejamento, Implementação e Controle. São Paulo: Atlas, 1998.

LAS CASAS, Alexandre, Marketing de Serviços: Conceitos, Exercícios e Casos, Atlas, São Paulo, 1995;

SEMENIK, R. J., BAMOSSY, G. J. , Princípios de Marketing, Makron Books, 1995;

SCHEWE, Marketing: Conceitos, Casos e Aplicações, Makron Books, 1995.

**GESTÃO DA PRODUÇÃO & OPERAÇÕES - 40 aulas**

**Objetivo:**

Transmitir o conhecimento da função produtiva bem como a evolução e técnicas atuais de gestão da produção e operações adequadas ao seu planejamento e controle.

**Ementa:**

Conceito, evolução e componentes dos sistemas produtivos, Previsão de demanda; Projeto de processos produtivos; Planejamento da capacidade produtiva; Produção enxuta; Manutenção produtiva total (TPM).

**Bibliografia Básica:**

CHASE, Richard B.; AQUILANO, Nicholas J.; JACOBS, F. Robert. Administração da produção e Operações para a Vantagem Competitiva. 11 ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2006.

GAITHER, Norman, FRAIZER, Greg. Administração da Produção e Operações. 8ª ed. São Paulo: Pioneira, 2002.

**Bibliografia Complementar:**

MOREIRA, Daniel A. Administração da Produção e Operações. 5ª ed. São Paulo: Pioneira, 2000.

SLACK, Nigel, et al. Administração da Produção. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HILLIER, Frederick S., LIEBERMAN, Gerald J. - Introdução à Pesquisa Operacional - Ed. Mcgraw-Hill, São Paulo, 2005.

HANSELMAN, Duane e LITTLEFIELD, Bruce - Matlab 6 Curso Completo. Pearson, São Paulo, 2003.

HARSHBARGER, Ronald J., REYNOLDS, J., Matemática Aplicada à Administração, Economia, Ciências Sociais e Biológicas. Ed. Mcgraw-Hill, São Paulo, 2006.

**QUINTO SEMESTRE**

**AMBIENTES DE MARKETING - 80 aulas**

**Objetivo:**

Capacitar o aluno a analisar a influência dos fatores dos ambientes macro e micro em relação ao desempenho da empresa e a desenvolver ferramentas próprias de análise dos ambientes de marketing.

**Ementa:**

Análise dos elementos que constituem os ambientes micro e macro de marketing, análise dos pontos fortes, ameaças, oportunidades e dos fatores políticos-legais, econômicos, sócio-culturais, demográficos, tecnológicos e da concorrência passíveis de influenciar a trajetória competitiva da empresa.

**Bibliografia Básica:**

KOTLER, P. Administração de Marketing, 10 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

RICHERS, Raimar. Marketing uma visão brasileira. São Paulo: Negócio, 2000.

**Bibliografia Complementar:**

CARVALHO, Pedro Carlos de. Administração mercadológica. Campinas: Editora Alínea, 1999.

GREEN, Mark C. & KEEGAN Warren J. Princípios de Marketing Global. São Paulo: Saraiva, 1999.

ROBBINS, Stephen P. Administração mudanças e perspectivas. São Paulo: Saraiva, 2003.

**COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR - 40 aulas**

**Objetivo:**

Identificar e analisar os diversos tipos de comportamentos dos consumidores visando a geração de demandas.

**Ementa:**

Análise do processo e dos principais fatores de influência na decisão de compra do consumidor. Papéis

do consumidor e comportamento de compra. Ações estratégicas para gestão de demandas.

**Bibliografia Básica:**

KARSAKLIAN, Eliane. Comportamento do consumidor. São Paulo: Atlas, 2004.  
ENGEL, James, et al. Comportamento do consumidor. Rio de Janeiro: LTC, 2001.  
MAWEN e MINOR Comportamento do Consumidor Prentice Education 2007.  
SAMARA e MARSCH Comportamento do Consumidor Prentice Education 2007

**Bibliografia Complementar:**

HONORATO, Gilson. Conhecendo o Marketing. São Paulo: Manole, 2004.  
SANDHUSEN, Richard. Marketing Básico. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2003.  
SHETH, Jagdish N. et al. Comportamento do cliente: indo além do comportamento do consumidor. São Paulo: Atlas, 2001.  
SOLOMON, Michael R. O Comportamento do Consumidor. São Paulo: Bookman, 2002.  
KOTLER, P. Administração de Marketing, 10 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

**GESTÃO DE PRODUTOS E PREÇOS - 80 aulas**

**Objetivo:**

Capacitar o aluno a planejar, desenvolver e administrar linhas de produtos, bem como entender a natureza e importância da gestão do preço no marketing.

**Ementa:**

Entendimento do conceito de produto, classificação de produtos, análise do ciclo de vida do produto, processos de desenvolvimento de novos produtos, fatores de sucesso e fracasso no lançamento de novos produtos, administração do mix de produtos, design e funções da embalagem, conceito de preço, principais estratégias e fatores de influência no processo de formação de preços.

**Bibliografia Básica:**

FERRELL, O. C.; PRIDE, William M. Marketing, Conceitos e Estratégias, 11 ed. São Paulo: LTC, 2001.  
KOTLER, P. Administração de Marketing. 10 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.  
KOTLER, P. Marketing para o século XXI. São Paulo: Futura, 1999.  
GRUENWALD, George. Como Desenvolver e Lançar um produto novo no mercado. São Paulo: Makron Books, 1993.  
GURGEL, Floriano C. A. Administração do Produto. São Paulo: Atlas, 2001.  
LEVITT, Theodore. A Imaginação de Marketing. São Paulo: Atlas, 1990.  
BERNARDI, Luiz Antônio. Manual de Formação de Preços: políticas, estratégias e fundamentos. São Paulo: Atlas, 2004.  
SARTORI, Eloi. Gestão de Preços. São Paulo: Atlas, 2004.

**Bibliografia Complementar:**

HONORATO, Gilson. Conhecendo o Marketing. São Paulo: Manole, 2004.  
SANDHUSEN, Richard. Marketing Básico. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

**MARKETING ESTRATÉGICO - 80 aulas**

**Objetivo:**

Possibilitar o entendimento das estratégias que o marketing utiliza para desenvolvimento de negócios.

**Ementa:**

Características dos negócios de alto desempenho; missão empresarial; estabelecimento de metas; análise do portfólio de negócios da empresa; formulação de estratégias empresariais.

**Bibliografia Básica:**

FERRELL, O. C.; PRIDE, William M. Marketing, Conceitos e Estratégias, 11 ed. São Paulo: LTC, 2001.  
KOTLER, P. Administração de Marketing. 10 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.  
KOTLER, P. Marketing para o século XXI. São Paulo: Futura, 1999.  
LUCK, David J., et al. Estratégia de Marketing. São Paulo: Atlas, 2000.  
NEVES, Marcos F., CARVALHO, Dirceu T. Marketing na Nova Economia. São Paulo: Atlas, 2001.

**Bibliografia Complementar:**

HONORATO, Gilson. Conhecendo o Marketing. São Paulo: Manole, 2004.  
SANDHUSEN, Richard. Marketing Básico. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

AMBRÓSIO, Vicente. Plano de Marketing passo a passo. Rio de Janeiro: R&A Editores, 1999.

#### PESQUISA E ANÁLISE DE MERCADOS - 80 aulas

**Objetivo:**

Desenvolver técnicas de pesquisa e análise de mercado, com o objetivo de determinar o mercado-alvo da empresa.

**Ementa:**

Pesquisa de marketing - Processo e métodos de pesquisa, tabulação de pesquisas quantitativas, técnicas qualitativas; análise e seleção de mercados; desenvolvimento da segmentação de mercado.

**Bibliografia Básica:**

AAKER, David A., KUMAR, V., DAY, George S. Pesquisa de Marketing. São Paulo: Atlas, 2004.  
MATTAR, Fauze N. Pesquisa de Marketing: edição compacta. São Paulo: Atlas, 2001.  
SIQUEIRA, Antonio C.B. Segmentação de Mercados Industriais. São Paulo: Atlas, 2000.  
MICHENNA, R. Marketing de Relacionamentos, Rio de Janeiro, 1999.  
KOTLER, P. Administração de Marketing, 10 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

**Bibliografia Complementar:**

SAMARA, Beatriz Santos; BARROS, José Carlos de. Pesquisa de Marketing: conceitos e metodologia. Prentice Hall, 2007

#### PROJETO DE TRABALHO DE FORMATURA - 40 aulas

**Objetivos:**

Elaborar o pré-projeto de pesquisa em Gestão Empresarial com vistas ao trabalho de graduação.

**Ementa:**

Aplicação sistematizada do conhecimento acumulado ao longo do curso, até esse ponto, para o desenvolvimento de Projetos com soluções de problemas de gestão em empresas brasileiras. Elaboração de pré-projeto dentro do rigor científico e conforme regulamento interno da Faculdade e as normas ABNT.

**Bibliografia Básica:**

PINTO, Eder Paschoal. Gestão Empresarial - Casos e Conceitos de Evolução. Saraiva, 2007.  
SANTOS, R C. Manual de Gestão Empresarial Conceitos e Aplicações nas Empresas Brasileiras. Atlas, 2007. VERGARA. Sylvia C. Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração. Atlas, 2008.

### SEXTO SEMESTRE

#### CANAIS DE MARKETING E LOGÍSTICA - 120 horas

**Objetivo:**

Compreender a natureza e as funções dos canais de marketing e a gestão do sistema logístico das empresas, compreendendo suas influências para o crescimento dos negócios.

**Ementa:**

Conceito, funções, fluxos e tipos de canais de marketing, decisões de projeto do canal, decisões de gestão do canal, gestão de varejo, gestão de atacado, conceitos fundamentais do processo logístico; análise dos elementos da cadeia logística; desenvolvimento de logística integrada; operações logísticas globais.

**Bibliografia Básica:**

KOTLER, PHILIP; Administração de Marketing. 5ª Edição (Tradução da 9ª Edição norte-americana), Editora Atlas, 1998.  
COBRA, MARCOS; Administração de Marketing no Brasil. 2ª Edição, Cobra Editora & Marketing, 2005.  
COBRA, MARCOS; Marketing Básico. 4ª Edição, Editora Atlas, 1997.

**Bibliografia Complementar:**

SHIMP, TERENCE A.; Propaganda e Promoção. 5ª Edição, Editora Bookman, 2002.  
SOUZA, JADER; Gestão Empresarial: Administrando Empresas Vencedoras. 1ª Edição, Editora Saraiva, 2006.

**ESTÁGIO SUPERVISIONADO - 400 horas**

**Objetivo:**

Sob a orientação de um professor e um profissional ligado à empresa ou instituição onde o estágio for realizado, o futuro tecnólogo terá contato efetivo com o mundo empresarial e da produção, de maneira a complementar a sua formação com conhecimentos práticos. O resultado desse contato fornecerá o necessário "feed-back" ao ensino.

**GESTÃO DA PROMOÇÃO - 80 aulas**

**Objetivo:**

Entender os objetivos e as técnicas pertinentes ao desenvolvimento de promoções de marketing.

**Ementa:**

O conceito de promoção e o processo de comunicação, objetivos da promoção de marketing, conceito e desenvolvimento de marcas, natureza e tipos de propagandas, desenvolvimento da mensagem da propaganda, análise das características e eficácia das principais mídias, relações públicas de marketing, administração da força de vendas, principais decisões em promoções de vendas, análise das principais características e técnicas de marketing direto.

**Bibliografia Básica:**

LAS CASAS, Alexandre Luzzi, Marketing de Varejo. São Paulo: Atlas, 2004.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi, Administração de Vendas. São Paulo: Atlas, 2004.

COSTA, Antonio R., CRESCITELLI, Edson. Marketing Promocional para Mercados Competitivos. São Paulo: Atlas, 2003.

PREDEBON, José, et al. Curso de Propaganda: do anúncio à comunicação integrada. São Paulo: Atlas, 2004.

PREDEBON, José. Propaganda: profissionais ensinam como se faz. São Paulo: Atlas, 2000.

MARTINS, José. A Natureza Emocional da Marca. São Paulo: Negócio, 1999.

GULLO, José, PINHEIRO, Duda. Comunicação Integrada de Marketing. São Paulo: Atlas, 2005.

KOTLER, P. Administração de Marketing. 10 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

FERRELL, O. C., PRIDE, William M. Marketing, Conceitos e Estratégias. 11 ed. São Paulo: LTC, 2001.

**Bibliografia Complementar:**

HONORATO, Gilson. Conhecendo o Marketing. São Paulo: Manole, 2004.

SANDHUSEN, Richard. Marketing Básico. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

**GESTÃO DE NEGÓCIOS INTERNACIONAIS - 40 aulas**

**Objetivo:**

Análise dos processos de globalização das empresas e seus reflexos na condução dos negócios.

**Ementa:**

O conceito e os drivers da globalização, conceitos e desenvolvimento da estratégia global, características da concorrência internacional, a dinâmica competitiva nos mercados globalizados, o processo de internacionalização de empresas, os riscos da multinacionalização, estratégias cooperativas, princípios da administração global, alavancando a presença global, governança corporativa, liderança estratégica, perfil do executivo internacional.

**Bibliografia Básica:**

KOTLER, Philip. O Marketing das nações. São Paulo: Futura, 1997.

HITT, Michael A. Administração Estratégica. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

PORTER, Michael. A vantagem competitiva das nações. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

TREACY, Michael. A disciplina dos líderes de mercado. RJ: Rocco, 1998.

ROCHA, Ângela da. A internacionalização das empresas brasileiras: estudos de gestão internacional. RJ: Mauad, 2002.

MINERVINI, Nicola. O Exportador: ferramentas para atuar com sucesso nos mercados internacionais. SP: Makron Books, 2005.

HAMEL, Gary. Competindo pelo futuro. RJ: Campus, 2001.

### MARKETING INTERNACIONAL - 80 aulas

**Objetivo:**

Analisar o macro ambiente internacional dos países que compõe os principais blocos econômicos e compreender as características do composto de marketing internacional.

**Ementa:**

Considerações históricas da evolução dos mercados internacionais;  
Orientações da administração do marketing internacional;  
Forças propulsoras e forças restritivas do marketing internacional;  
Análise dos ambientes econômico / financeiro / político / sócio-cultural internacionais;  
Características dos mercados regionais;  
Análise do composto de marketing internacional.

**Bibliografia Básica:**

NEVES, Marcos F. Marketing & Exportação. São Paulo: Atlas, 2001.  
KRISTIAAN, Helsen, KOTABE, Masaaki. Administração de Marketing Global. São Paulo: Atlas, 2000.  
SOUSA, José M. M., PALÁCIOS, Tomas M. B., Estratégias de Marketing Internacional. São Paulo: Atlas, 2004.

**Bibliografia Complementar:**

KOTLER, Philip. Administração de Marketing. 5ª Ed.: São Paulo. Ed. Atlas.:1998.  
DUBNER, Stephen & Levitt, Steven. Freakonomics. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.  
Periódicos:  
FOLHA DE SÃO PAULO, O ESTADO DE SÃO PAULO, GAZETA MERCANTIL, VALOR ECONÔMICO, E SEMELHANTES.  
REVISTAS VEJA, ÉPOCA, EXAME, MARKETING & PROPAGANDA  
SITES UTEIS PARA CONSULTA: [www.cel.coppead.ufrj.br](http://www.cel.coppead.ufrj.br); [www.rae.com.br](http://www.rae.com.br); [www.rausp.com.br](http://www.rausp.com.br); [www.guiadelogistica.com.br](http://www.guiadelogistica.com.br), [www.aduaneiras.com](http://www.aduaneiras.com), [www.global21.com](http://www.global21.com), [www.1to1.com.br](http://www.1to1.com.br).

### PLANO DE MARKETING - 40 aulas

**Objetivo:**

Compreender os elementos de um plano de marketing a fim de bem aplica-los na elaboração do planejamento de marketing, a partir das variáveis controladas pela empresa e do correspondente plano de marketing.

**Ementa:**

Análise dos elementos de um plano de marketing. Elaboração de um plano de marketing (projeto empresarial).

**Bibliografia Básica:**

LAS CASAS, Alexandre Luzzi, Plano de Marketing para Micro e Pequena Empresa. São Paulo: Atlas, 2005.  
McDONALD, Malcolm. Planos de Marketing. São Paulo: Campus, 2004.  
STEVENS, Robert, et al. Planejamento de Marketing. São Paulo: Makron Books, 2004.  
KOTLER, P. Administração de Marketing, 10 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.  
AMBRÓSIO V. Plano de Marketing: um roteiro para a ação. Pearson Education.2007.  
KAPLAN R. e NORTON D. A vantagem competitiva.Ed.Campus.2000

**Bibliografia Complementar:**

Sebrae:como elaborar um plano de Marketing.Br.SP.2007  
MAGALHÃES M.F. e SAMPAIO R. Planejamento de Marketing. Pearson Education 2007

### TRABALHO DE FORMATURA - 40 aulas

**Objetivo:**

Elaboração de uma monografia com base no projeto de trabalho de formatura apresentado no 5º semestre, visando à síntese criativa da absorção dos conhecimentos proporcionados pelas disciplinas do curso, sob a orientação de um professor.