

**UNIVERSIDADE REGIONAL INTEGRADA DO ALTO URUGUAI E
DAS MISSÕES - URI
PRÓ-REITORIA DE ENSINO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS**

**PROJETO PEDAGÓGICO DO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

Bacharelado



2013

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	7
1 DENOMINAÇÃO DO CURSO.....	9
1.1 TÍTULO E TITULAÇÃO	9
1.2 LINHAS DE FORMAÇÃO ESPECÍFICA	9
1.3 IMPLANTAÇÃO	9
2 CONTEXTUALIZAÇÃO	10
2.1 CONTEXTO DA INSERÇÃO DO CURSO NA LEGISLAÇÃO	11
2.2 A UNIVERSIDADE E O MOMENTO ATUAL	13
2.3 CARACTERIZAÇÃO DA URI.....	15
2.4 MISSÃO DA UNIVERSIDADE	16
2.5 OBJETIVOS DA UNIVERSIDADE.....	17
3 JUSTIFICATIVA DA NECESSIDADE SOCIAL DO CURSO	18
4 OBJETIVOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO.....	21
5 PERFIL, HABILIDADES, COMPETÊNCIAS E ATITUDES.....	25
5.1 PERFIL	25
5.2 HABILIDADES	26
5.3 COMPETÊNCIAS.....	28
5.4 ATITUDES	30
6 CAMPO DE ATUAÇÃO DO PROFISSIONAL	31
7 ORGANIZAÇÃO CURRICULAR.....	36
7.1 DADOS GERAIS	36
7.1.1 Denominação.....	36
7.1.2 Título.....	36
7.1.3 Linhas de formação específica.....	36
7.1.4 Carga horária.....	36
7.1.5 Integralização.....	40
7.1.6 Número de vagas e acesso ao curso.....	40
7.1.7 Regime de matrícula.....	40
7.1.8 Regime do curso.....	40
7.1.9 Turno de funcionamento.....	41

7.2 CURRÍCULO MÍNIMO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO.....	41
7.3 ASSUNTOS INTERDISCIPLINARES.....	45
8 METODOLOGIA.....	47
8.1 SISTEMA DE AVALIAÇÃO DO PROJETO DO CURSO	48
8.2 SISTEMA DE AVALIAÇÃO DO PROCESSO DE ENSINO E APRENDIZAGEM.....	48
8.2.1 Critérios para avaliação dos componentes curriculares.....	49
8.3 FUNCIONALIDADE DO CURSO: COORDENAÇÃO, NDE, COLEGIADO, CORPO DOCENTE E CORPO DISCENTE.	51
9 NÚCLEO DE PRÁTICAS ADMINISTRATIVAS, TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO, ESTÁGIOS E ATIVIDADES COMPLEMENTARES	52
9.1 NÚCLEO DE PRÁTICAS ADMINISTRATIVAS (NPA).....	52
9.2 TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO	52
9.3 ESTÁGIOS OBRIGATÓRIOS E NÃO OBRIGATÓRIOS	53
9.3.1 Estágios curriculares supervisionados e obrigatórios.....	53
9.3.2 Estágios não obrigatórios.....	54
9.4 ATIVIDADES COMPLEMENTARES.....	56
10 CURRÍCULO PLENO.....	59
10.1 CURRÍCULO PLENO SEMESTRALIZADO: 9 SEMESTRES (NOTURNO).....	59
10.2 CURRÍCULO PLENO SEMESTRALIZADO: 8 SEMESTRES (NOTURNO/DIURNO)	62
10.3 RELAÇÃO DOS COMPONENTES CURRICULARES ELETIVOS	65
10.4 RELAÇÃO DOS COMPONENTES CURRICULARES DA LINHA ESPECÍFICA DE ADMINISTRAÇÃO.....	65
10.5 RELAÇÃO DOS COMPONENTES CURRICULARES DA LINHA ESPECÍFICA DE COMÉRCIO INTERNACIONAL.....	66
10.6 RELAÇÃO DOS COMPONENTES CURRICULARES DA LINHA ESPECÍFICA DE TURISMO	66
10.7 RELAÇÃO DOS COMPONENTES CURRICULARES DA LINHA ESPECÍFICA DE AGRONEGÓCIO	66
10.8 RELAÇÃO DOS COMPONENTES CURRICULARES DA LINHA ESPECÍFICA DE COOPERATIVISMO	67
10.9 RELAÇÃO DOS COMPONENTES CURRICULARES ESPECÍFICOS POR ÁREAS:	67
11 PLANOS DE ENSINO	68

11.1 ADMINISTRAÇÃO DA PRODUÇÃO E OPERAÇÕES I.....	69
11.2 ADMINISTRAÇÃO DE PRODUÇÃO E OPERAÇÕES II.....	73
11.3 ADMINISTRAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS I.....	77
11.4 ADMINISTRAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS II.....	80
11.5 ADMINISTRAÇÃO DE RECURSOS MATERIAIS.....	83
11.6 ADMINISTRAÇÃO DE SERVIÇOS.....	86
11.7 ANÁLISE DE DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS.....	89
11.8 ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA.....	93
11.9 CONTABILIDADE APLICADA.....	96
11.10 CUSTOS EMPRESARIAIS.....	99
11.11 DIREITO DE EMPRESA.....	102
11.12 DIREITO TRABALHISTA E PREVIDENCIÁRIO.....	106
11.13 ECONOMIA I.....	109
11.14 ECONOMIA II.....	113
11.15 ECONOMIA BRASILEIRA E REGIONAL.....	117
11.16 ELABORAÇÃO E ANÁLISE DE PROJETOS I.....	122
11.17 EMPREENDEDORISMO E FORMALIZAÇÃO DO NEGÓCIO.....	126
11.18 ENGENHARIA ECONÔMICA E FINANCEIRA I.....	129
11.19 ENGENHARIA ECONÔMICA E FINANCEIRA II.....	132
11.20 ESTÁGIO DE CONCLUSÃO DE CURSO I.....	136
11.21 ESTÁGIO DE CONCLUSÃO DE CURSO II.....	139
11.22 ESTÁGIO DE CONCLUSÃO DE CURSO III.....	143
11.23 ESTATÍSTICA.....	146
11.24 FILOSOFIA A.....	149
11.25 FUNDAMENTOS DE MARKETING.....	152
11.26 FUNDAMENTOS DO AGRONEGÓCIO.....	155
11.27 FUNDAMENTOS DO COMÉRCIO EXTERIOR.....	159
11.28 GESTÃO DE VENDAS.....	162
11.29 JOGOS EMPRESARIAIS.....	165
11.30 LEGISLAÇÃO TRIBUTÁRIA.....	168
11.31 LÍNGUA PORTUGUESA.....	170
11.32 LOGÍSTICA EMPRESARIAL.....	174
11.33 MATEMÁTICA BÁSICA.....	178

11.34 MERCADO DE CAPITAIS	182
11.35 METODOLOGIA CIENTÍFICA E DA PESQUISA	185
11.36 NOÇÕES DE ÉTICA PROFISSIONAL.....	188
11.37 ORÇAMENTO E ANÁLISE DE INVESTIMENTOS	191
11.38 ORGANIZAÇÃO, SISTEMAS E MÉTODOS.....	194
11.39 PLANEJAMENTO E ESTRATÉGIAS EMPRESARIAIS	197
11.40 SISTEMAS DE INFORMAÇÕES GERENCIAIS	201
11.41 SOCIOLOGIA	204
11.42 TEORIA GERAL DA ADMINISTRAÇÃO I.....	207
11.43 TEORIA GERAL DA ADMINISTRAÇÃO II	210
12 COMPONENTES CURRICULARES ELETIVOS	213
12.1 ADMINISTRAÇÃO DE COOPERATIVAS	214
12.2 COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES	217
12.3 CRIATIVIDADE E APRENDIZAGEM ORGANIZACIONAL	221
12.4 ESPANHOL INSTRUMENTAL I	224
12.5 ESPANHOL INSTRUMENTAL II	227
12.6 ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS INTERNACIONAIS	230
12.7 FINANÇAS CORPORATIVAS	233
12.8 FINANÇAS E MERCADOS INTERNACIONAIS.....	236
12.9 GESTÃO DE CUSTOS NO AGRONEGÓCIO.....	239
12.10 GESTÃO DE NOVAS TECNOLOGIAS	241
12.11 GOVERNANÇA CORPORATIVA	244
12.12 GESTÃO DO MEIO AMBIENTE.....	246
12.13 LEITURA E PRODUÇÃO TEXTUAL	249
12.14 LIBRAS – LÍNGUA BRASILEIRA DOS SINAIS	251
12.15 LÍNGUA INGLESA A	253
12.16 LÍNGUA INGLESA B.....	256
12.17 MANIFESTAÇÕES DA CULTURA POPULAR REGIONAL.....	258
12.18 ORATÓRIA E PERSUASÃO	261
12.19 PESQUISA OPERACIONAL	264
12.20 PRIMEIROS SOCORROS EM ATIVIDADES TURÍSTICAS	267
12.21 PROJETOS SOCIAIS.....	270
12.22 RESPONSABILIDADE SOCIAL.....	273

12.23 REALIDADE REGIONAL E COMÉRCIO EXTERIOR.....	275
12.24 SEMINÁRIOS AVANÇADOS EM ADMINISTRAÇÃO	279
12.25 TÉCNICA PROFISSIONAL EM TURISMO	281
12.26 TÓPICOS CONTEMPORÂNEOS EM ADMINISTRAÇÃO.....	284
12.27 TURISMO RURAL	286
13 COMPONENTES CURRICULARES ESPECÍFICOS DE LINHA DE FORMAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO.....	290
13.1 CONSULTORIA EMPRESARIAL.....	291
13.2 GERENCIAMENTO DE PROJETOS.....	294
13.3 GESTÃO DA INOVAÇÃO E DA MUDANÇA.....	297
13.4 GESTÃO DA QUALIDADE E PRODUTIVIDADE.....	302
13.5 GESTÃO DE MARKETING.....	305
13.6 GESTÃO PÚBLICA.....	308
13.7 MODELOS DE NEGOCIAÇÃO.....	311
13.8 PESQUISA DE MARKETING	315
13.9 REDES DE EMPRESAS	319
14 COMPONENTES CURRICULARES ESPECÍFICOS DE LINHA DE FORMAÇÃO EM COMÉRCIO INTERNACIONAL	322
14.1 DIFERENÇAS CULTURAIS, USOS E COSTUMES DOS POVOS	323
14.2 ECONOMIA INTERNACIONAL, GLOBALIZAÇÃO E INTEGRAÇÃO	327
14.3 LEGISLAÇÃO ADUANEIRA.....	332
14.4 LOGÍSTICA INTERNACIONAL.....	335
14.5 MARKETING INTERNACIONAL.....	338
14.6 SISTEMÁTICA DE EXPORTAÇÃO	342
14.7 SISTEMÁTICA DE IMPORTAÇÃO.....	345
14.8 TÉCNICAS DE NEGOCIAÇÃO INTERNACIONAL.....	348
14.9 TEORIA E PRÁTICA CAMBIAL	351
15 COMPONENTES CURRICULARES ESPECÍFICOS DE LINHA DE FORMAÇÃO EM TURISMO.....	355
15.1 ADMINISTRAÇÃO HOTELEIRA.....	356
15.2 GEOGRAFIA DO TURISMO	359
15.3 GESTÃO DE AGÊNCIA DE VIAGEM E TURISMO.....	361
15.4 HISTÓRIA REGIONAL BRASILEIRA	364

15.5 LAZER E RECREAÇÃO NO TURISMO A	366
15.6 ORGANIZAÇÃO E SERVIÇOS EM ALIMENTOS E BEBIDAS	369
15.7 PLANEJAMENTO, ORGANIZAÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE EVENTOS	372
15.8 PLANEJAMENTO E ORGANIZAÇÃO DO TURISMO	375
15.9 TURISMO E MEIO AMBIENTE.....	377
16 COMPONENTES CURRICULARES ESPECÍFICOS DE LINHA DE FORMAÇÃO EM AGRONEGÓCIOS	379
16.1 ADMINISTRAÇÃO E PLANEJAMENTO RURAL.....	380
16.2 ANÁLISE DE CADEIAS AGROINDÚSTRIAS	383
16.3 CERTIFICAÇÃO DE PRODUTOS AGROPECUÁRIOS	386
16.4 COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS DO AGRONEGÓCIO	389
16.5 COMPETITIVIDADE EM AGRONEGÓCIOS.....	393
16.6 COOPERATIVISMO E ASSOCIATIVISMO NO AGRONEGÓCIO.....	396
16.7 DESENVOLVIMENTO REGIONAL E SUSTENTABILIDADE	398
16.8 LEGISLAÇÃO AGRÁRIA E AMBIENTAL.....	401
16.9 POLÍTICAS AGRÍCOLAS	405
17 COMPONENTES CURRICULARES ESPECÍFICOS DE LINHA DE FORMAÇÃO EM COOPERATIVISMO	409
17.1 COOPERATIVAS DE TRABALHO E DE SERVIÇOS.....	410
17.2 COOPERATIVISMO E ASSOCIATIVISMO	414
17.3 COOPERATIVISMO E ASSOCIATIVISMO NO AGRONEGÓCIO.....	416
17.4 DESENVOLVIMENTO REGIONAL E SUSTENTABILIDADE	418
17.5 DIREITO COOPERATISTA.....	421
17.6 ECONOMIA DA COOPERAÇÃO	424
17.7 ECONOMIA SOLIDÁRIA E TERCEIRO SETOR	427
17.8 MARKETING NO COOPERATIVISMO.....	430
17.9 REDES DE EMPRESAS	433

APRESENTAÇÃO

Apresenta-se a seguir a nova proposta do Projeto Político-Pedagógico do Curso de Bacharelado em Administração da URI. Partindo de diversas discussões entre docentes dos diferentes câmpus desta Instituição e com base em mudanças legais e profissionais do campo de atuação do administrador, esta proposta caracteriza-se pela formação de competências, habilidades e atitudes que buscam contribuir nas ações do egresso, inserindo-o em um mercado de trabalho de constantes mutações e exigências.

Atende-se aqui a Resolução CNE 004/2005, que institui as Diretrizes Curriculares para os cursos de Administração no Brasil, possibilitando que a URI desenvolva ação curricular em prol das novas demandas de mercado. Com base também no Plano de Desenvolvimento Institucional – PDI da URI e no estatuto e regimento da mesma. Esta reformulação busca acompanhar as ações institucionais, além da missão, visão e princípios fundamentais desta Universidade.

Considerando a tríplice missão – ensino, pesquisa e extensão, esta proposta vincula por meio de diversas metodologias, ações com o campo de trabalho. A forma como estes componentes curriculares se apresentam, permite ao administrando opção de linha de formação específica (no início ou no decorrer do curso), dirigindo com maior especificidade os seus estudos em comércio internacional, turismo, agronegócios, cooperativismo, ou ainda, na própria administração.

Com base em estudos específicos de cada parte do curso proposto, a preocupação com as competências originadas, atitudes investigativas e a prática do pensar foram temáticas discutidas intensamente até chegar a esse modelo proposto.

Preocupou-se também com a flexibilidade da proposta, atender as diversas demandas e peculiaridades locais já que a URI é uma Universidade Comunitária, preocupada com a inserção e o desenvolvimento regional, de estrutura multicâmpus, presente em regiões semelhantes entre si em alguns aspectos e distintas em outros, cada qual com suas características próprias. Assim oferece diferentes linhas de formação específica e respeita a flexibilidade do contexto social e econômico no qual o Administrador está envolvido. Com isso fica permitido que ele aprofunde determinada área sem perder seu foco principal que é o

de obter o título de bacharel em Administração. Também nesse contexto, oferece esta proposta em duas diferentes semestralidades – oito e nove semestres, permitindo a escolha em diferentes momentos, conforme decisão de cada unidade de ensino (Câmpus), sem perda de qualidade e obedecendo toda a proposta do curso oferecido.

Tem-se então, o Projeto Político Pedagógico dirigido às especificidades da profissão do administrador, atendendo as diferentes demandas regionais e de acordo com a legislação vigente.

1 DENOMINAÇÃO DO CURSO

Administração

1.1 TÍTULO E TITULAÇÃO

Bacharel em Administração.

1.2 LINHAS DE FORMAÇÃO ESPECÍFICA

- Comércio Internacional
- Turismo
- Administração
- Agronegócio
- Cooperativismo

1.3 IMPLANTAÇÃO

Primeiro Semestre de 2013

2 CONTEXTUALIZAÇÃO

Tem-se acompanhado um constante aumento na quantidade de oferta cursos, de instituições de ensino e vagas nos últimos anos em todo o Brasil. Esse crescimento acentua-se também no Curso de Administração, que segundo Andrade (2004), obteve um acréscimo de 83,3% no período entre 1996 a 2002 em número de formandos, enquanto que em outras profissões, este percentual foi de 62,2%.

A profissão de Administrador completa em 2013 48 anos de existência legal reconhecida por Lei e 305 mil Administradores já registrados no Sistema CFA/CRA's.

Dados do Censo da Educação Superior de 2009, do Ministério da Educação (MEC), da Angrad e do CFA, apontam a Administração como o curso mais procurado no ensino superior. No Brasil, atualmente existem mais e 1.800 Instituições de Ensino Superior que ofertam o curso de Administração. Tal magnitude remete ao fato de que o Curso de Administração (presencial mais EAD) é o curso com o maior número de matriculados no Brasil, sendo 887.752 em 2007, 1.050.704 em 2008 e 1.102.579 em 2009. Para se ter uma ideia da dimensão desses números, o segundo curso com maior número de alunos matriculados é Direito com 613.950 em 2007, 638.741 em 2008 e 651.730 em 2009. Ou seja, Administração tem praticamente o dobro de alunos matriculados que o segundo curso no Brasil.

O Brasil teve em 2009 5.115.896 alunos matriculados no ensino superior. Significa dizer que o Curso de Administração representa 21,55% dos alunos matriculados na educação superior. De 2005 a 2009 o curso cresceu 51% em matrículas, principalmente por ser um dos cursos que passa nesse período a ser significativamente ofertado em forma de EAD. Esta modalidade, no ensino superior, passou de 114 mil em 2005 para 838 mil em 2009. Esse crescimento percentual do curso de administração (51%) no período somente foi inferior as Engenharias e a Enfermagem.

Interessante analisar que este crescimento também é decorrente do maior interesse das pessoas, por cursos de nível superior. Este cenário remete à constante necessidade de melhoria na oferta e gestão destes cursos, criando diferenciais perante o mercado.

Considerando os princípios norteadores da URI, procurando atender com qualidade sua comunidade empresarial e estudantil, diferentes reuniões e debates foram originados em

prol do desenvolvimento desta proposta a seguir apresentada, que prima pela grande área da administração e contempla as especificidades das linhas de formação específica.

2.1 CONTEXTO DA INSERÇÃO DO CURSO NA LEGISLAÇÃO

Considerando a importância de observar a legislação que permeia a contextualização do Curso de Administração na legislação brasileira, esse PPC procura atender a:

- **Resolução n. 4 de 13 de julho de 2005:** versa sobre as diretrizes curriculares nacionais do curso de graduação em administração e serviu para nortear o delineamento geral desse Projeto;
- **Resolução n. 1 de 17 de junho de 2004:** versa sobre as diretrizes curriculares nacionais para a educação étnico-raciais e para o ensino de história e cultura afro-brasileira e africana: especificamente sobre essa Resolução, esse PPC oferece conhecimentos e informações em disciplinas como noções de ética profissional, sociologia, filosofia, administração de recursos humanos, além de eletivas como responsabilidade social, comportamento humano, manifestações da cultura popular e regional, projetos sociais. São contemplados nesse PPC nos conteúdos programáticos e pelas motivações à pesquisas na região de Câmpus, procurando promover discussão crítica sobre esse assunto. Tem-se a visão da importância do respeito às diferentes raças e formação social dentro da sociedade e organizações, sendo um aspecto de fundamental importância nas ações práticas de um administrador. Contempla-se ainda, em trabalhos práticos de disciplinas de disciplinas, especialmente às afins já citadas, estágios curriculares e atividades complementares.
- **Resolução n. 2 de 18 de junho de 2007:** versa sobre carga horária mínima e procedimentos relativos a integração e duração dos cursos de graduação: em relação a esta resolução, esse PPC cumpre as determinações em termos de carga horária mínima que exige 3.000 horas, e é o que esse PPC apresenta; atende o percentual estabelecido por essa resolução em termos de estágios e atividades complementares, que nesse PPC apresenta 300 horas de estágios e 180 horas de atividades complementares. Atende ainda, o tempo indicado para a integralização do curso.
- **Decreto n. 5.296 de 02 de dezembro de 2004:** estabelece as condições de acesso às pessoas com deficiência e/ou mobilidade reduzida. Nesse aspecto, a URI atende as normas estabelecidas, procurando continuamente atualizações e melhorias, com vistas

a qualidade no atendimento ao público em geral.

- **Decreto n. 5.626 de 22 de dezembro de 2005:** dispõe sobre a língua brasileira de sinais-LIBRAS: considerando a característica do curso, e a modalidade de bacharelado, atende-se a este decreto com a inserção da disciplina de LIBRAS como uma disciplina eletiva.
- **Portaria normativa n. 40 de 12 de dezembro de 2007,** alterada pela Portaria normativa n. 23 de 01 de dezembro de 2010: dispõe sobre a disponibilização de informações acadêmicas de forma impressa e virtual, onde a Instituição está constantemente acompanhando e atendendo o estabelecido.
- **Lei n. 9.795 de 27 de abril de 1999** que aborda sobre políticas de educação ambiental: visando contribuir no desenvolvimento de uma visão integrada do meio ambiente e suas relações, que envolvem aspectos ecológicos, legais, políticos, sociais, econômicos, culturais e ético, esse PPC procura oferecer conhecimentos e discussões acerca desse tema em disciplinas voltadas a: Fundamentos de Turismo, noções de ética profissional, sociologia, gestão ambiental e gestão pública. Ainda, em estágios curriculares procura-se estimular um enfoque humanista, holístico, e ético. Ainda, procura-se apoiar eventos, palestras e ações voltadas à sustentabilidade, e a um diálogo transdisciplinar dentro do curso e ações com outros cursos, já que valoriza-se o pluralismo de ideias e as diferentes concepções pedagógicas, dadas por docentes qualificados, e atuantes em diferentes áreas do conhecimento, em reconhecimento à pluralidade e diversidade cultural. A questão ambiental é também discutida em abordagens voltadas ao comércio exterior, oferecida para todas as linhas de formação e intensificada nas disciplinas de comércio internacional, onde aponta-se a importância da gestão ambiental nos processos de compra e venda internacionais, também permitindo diferenciais competitivos às organizações.
- **Decreto 4.281 de 25 de junho de 2002** que institui a Política Nacional de Educação Ambiental: em respeito a esse decreto, esse PPC procura integralizar informações, conhecimentos e discussões sobre a educação ambiental por meio de disciplinas específicas voltadas à Fundamento ao Turismo, Gestão Ambiental, Noções de ética profissional, estágios. Além destas, a educação ambiental é fomentada em outras disciplinas voltadas á produção, fundamentos ao comércio exterior e agronegócios, e ainda, em atividades complementares diversas, que são oferecidas e estimuladas às temáticas relevantes ao contexto da administração, como a questão ambiental. Há na

concepção desse PPC, delineado por meio de disciplinas, planos de ensino e metodologias de execução, a visão da importância da educação ambiental como um elemento cultural imprescindível também, ao profissional da área de Administração.

- **Resolução n. 1 de 30 de maio de 2012**, referente às diretrizes nacionais para a educação em direitos humanos: nesse aspecto, o PPC oferece disciplinas que tem em sua listagem de conteúdos programáticos, vários aspectos voltados a dignidade humana, igualdade de direitos, reconhecimento e valorização das diferenças e das diversidades, democracia e sustentabilidade socioambiental. Essas, são abordadas especialmente nas disciplinas de: noções de ética profissional, filosofia, sociologia, gestão pública e gestão ambiental. Há também, práticas de pesquisas e apresentação de trabalhos que são originados a partir de coletas de dados primários junto à sociedade, que visam estimular o aluno a pensar nos aspectos de direitos humanos, ética e gestão ambiental. Eventos de outros cursos e áreas na Universidade também são divulgados e incentivados, para que, dentro do possível, os futuros administradores possam estar participando e promovendo um diálogo interdisciplinar, fundamental para sua formação.

Ainda este PPC observa a lei nº11.645, de 10/03/2008, que altera o art. 26 da lei 9.394/1996 onde há referência sobre o ensino da história e cultura Afro-brasileira e Indígena. Mesmo destacando a obrigatoriedade dessa abordagem ao ensino fundamental e médio, esse PPC permite discutir temáticas apontadas nessa Legislação, especificamente nas disciplinas voltadas à ética, sociologia e realidade brasileira.

2.2 A UNIVERSIDADE E O MOMENTO ATUAL

Mudanças políticas, econômicas, sociais, além do constante avanço tecnológico são vividos nos dias atuais, tendo suas bases calcadas, entre outros, nos seguintes aspectos:

- Globalização do mercado;
- Avanço tecnológico;
- Qualidade e produtividade;
- Eficiência, eficácia e efetividade
- Consciência da cidadania;

- Responsabilidade social e ambiental;
- Desenvolvimento sustentável,
- Gestão de mudanças, necessidade de inovar e empreender.

Este contexto exige das organizações e seus profissionais atuações mais rápidas e eficazes, originadas em bases científicas. Percebe-se cada vez mais a importância do conhecimento e sua aplicabilidade, a sua amplitude e complexidade, solicitando dos participantes muito mais foco na qualidade no processo de aprendizagem, dinamismo e desenvoltura profissional.

Sabe-se que a globalização dos mercados é consequência, entre outros, da rapidez no fluxo de informações, das mercadorias e dos benefícios advindos do avanço tecnológico que cria facilidades para a interligação das relações financeiras, comerciais e de produção de bens e serviços. Como em tudo, a globalização tem aspectos positivos e negativos. De um lado, amplia oportunidades, derruba barreiras tecnológicas, políticas, sociais e econômicas, abre novos mercados, aumenta a consciência da cidadania; mas de outro, provoca inquietações, desestrutura economias vulneráveis, desorganiza organizações tradicionais e acelera as interdependências, entre empresas, mercados, povos e países.

O fenômeno interessante que alimenta a consciência coletiva deste início de século: “o imperativo de que o desenvolvimento deve satisfazer as necessidades da geração presente sem comprometer as condições de vida das gerações futuras na satisfação de suas próprias necessidades e a garantia do processo democrático através da efetiva participação das diversas camadas da população”.

Estes pressupostos estão exigindo das organizações clareza de objetivos, projeto consistente, papéis definidos, investimentos sustentáveis, indivíduos proativos e empreendedores.

Aliás, a noção do projeto desautoriza entender a Universidade como uma instituição pronta e acabada. Projeto é o que dá consistência e sentido de amplitude de limites às práticas universitárias. Sem projeto, a instituição dissipa suas energias e perde a dimensão de conjunto e o sentido de futuro. Projeto é mudança, literalmente, o lançamento para diante, é movimento, é ação organizada e perspectiva que articula as práticas segundo princípios e esquemas estabelecidos, que arranja o presente e o liga à visão de futuro.

Projeto institui o cotidiano, ordena a construção pertinaz e permanente da Universidade de acordo com prioridades e lhe impõe a exigência de qualidade.

Qualidade é o atributo que distingue a Universidade e lhe condiciona a existência. Permanentemente exposta a uma visão crítica de mão dupla – de dentro e de fora da instituição – a Universidade tem o imperativo ético e político de se instituir com qualidade e a ela se impõe o dever de sempre buscar a excelência.

Esta exigência não provém apenas da comunidade científica, que sustenta o rigor da ciência, mas também da comunidade que a mantém e que cada vez mais é carente de conhecimentos, orientações e técnicas que impulsionem o desenvolvimento e ajudem a resolver os problemas mais agudos.

Certamente, este imperativo de qualidade é referido àquelas atividades que constituem a Universidade: ensino, pesquisa e extensão. Em outras palavras, é com desejável padrão de qualidade que a Universidade deve desenvolver a produção e a divulgação do conhecimento em todas as suas formas; promover a formação cultural, científica e técnica e a elevada capacitação para o exercício das diversas profissões, ocupações e para as práticas da cidadania.

A ação qualificada da universidade produz-se na tensão entre repetição e criação, formação e informação. Ela desenvolve a capacidade de produção de novos conhecimentos, ao mesmo tempo em que dissemina o saber historicamente adquirido. Acumula e ultrapassa. Preserva e amplia. Promove a tecnologia e a transfere para a comunidade, para as organizações. Inova e empreende através do ensinar e do fazer. É guardião da história. Debruça-se sobre a realidade para conhecê-la e sobre ela desenvolve ação crítica que visa transformá-la. E, é nesse gesto de produzir e difundir que ela promove a formação do homem.

A Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões, como instituição voltada para o ensino, à pesquisa e a extensão, reafirma seu compromisso de participar do processo de desenvolvimento local, regional e nacional, emprestando, assim, sua parcela para a elevação do padrão de qualidade de vida dos seres humanos, do desenvolvimento e da sustentabilidade regional. Dentro desse contexto a URI se desafia a ter um endereço regional, uma referência multicâmpus, uma identidade comunitária e um alcance que ultrapassa fronteiras.

2.3 CARACTERIZAÇÃO DA URI

A Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões é uma Instituição de Ensino Superior mantida pela Fundação Regional Integrada, de identidade comunitária,

constituída sob a forma multicâmpus. Em sua organização, a URI obedece aos seguintes princípios:

- Unidade de patrimônio e de administração;
- Organicidade da estrutura, com base em departamentos acadêmicos;
- Integração e indissociabilidade das funções de ensino, pesquisa e extensão, vedada a duplicidade de meios para fins idênticos ou equivalentes;
- Racionalidade de organização, com plena utilização de recursos materiais e humanos;
- Universalidade do conhecimento e fomento à interdisciplinaridade;
- Democracia nos procedimentos e na tomada de decisão das instâncias executivas, normativas e deliberativas e alternância de poder com base em eleições processadas na forma estabelecida;
- Integração da cultura regional, nacional e internacional;
- Intercâmbio com universidades e outras instituições científicas, culturais, artísticas e educacionais brasileiras, estrangeiras e internacionais, bem como com diferentes manifestações do conhecimento popular e informal.
- Liberdade de expressão, de ensino, de pesquisa, difusão e socialização do saber e de debate crítico sobre todas as ideias, abertas às correntes de pensamento, sem discriminação ideológica, racial, religiosa ou de qualquer natureza sem atrelamento sindical e partidário;
- Compromisso permanente com a busca da paz e a garantia dos direitos humanos.

2.4 MISSÃO DA UNIVERSIDADE

A URI, instituição que apresenta na sua proposta educacional a compatibilização dos valores de liberdade, justiça social, solidariedade com a herança cultural e experiência singular do homem missioneiro e do homem imigrante, que representam as raízes da região do Alto Uruguai e das Missões, tem como missão: **“Formar pessoal ético e competente, inserido na comunidade regional, capaz de construir o conhecimento, promover a cultura, o intercâmbio, a fim de desenvolver a consciência coletiva na busca contínua da valorização e solidariedade humanas.”**

2.5 OBJETIVOS DA UNIVERSIDADE

A URI tem na indissociabilidade do ensino, pesquisa e extensão, a base para a elaboração dos objetivos gerais que contemplam a formação, a pesquisa, a extensão, as parcerias e a gestão. Seus objetivos são:

- Promover a formação contínua e permanente de pessoas e profissionais qualificados, solidários e comprometidos com a visão institucional, para atuarem na sociedade;
- Promover a produção do conhecimento, através da pesquisa, perpassando o ensino, na perspectiva de estendê-lo à sociedade;
- Fortalecer as condições para o desenvolvimento das atividades de extensão, visando ao desenvolvimento regional autossustentável e à integração com a sociedade; a valorização da cultura e das manifestações regionais, a sua difusão pelos meios de comunicação e o investimento na vida e em ações solidárias;
- Implementar e gerar parcerias, estimular o intercâmbio com instituições que representem os segmentos sociais, enfatizando a mobilidade acadêmica e a cooperação internacional;
- Implementar práticas de planejamento e gestão institucional corresponsáveis, criativas e adequadas às necessidades da universidade e da comunidade.

3 JUSTIFICATIVA DA NECESSIDADE SOCIAL DO CURSO

O desenvolvimento das nações e suas instituições torna-se a cada dia um dos temas de mais alta relevância na formação do administrador. Tendo o crescimento econômico como uma das premissas deste desenvolvimento, torna-se possível verificar alguns impactos quanto à área de atuação do administrador.

Como na análise de que o crescimento se dá necessariamente em função dos investimentos e esses são realizados basicamente pelo setor produtivo, também se sabe que para isso ocorrer são necessários profissionais qualificados na área da gestão. Soma-se a isso o fato das inovações que intensificam os investimentos serem produzidas pelas universidades e pelas empresas que possuem setores de pesquisa e de desenvolvimento. Também são as Universidades, através do ensino, da pesquisa e da extensão, que promovem a difusão do conhecimento e ampliam o número de pessoas criativas e capazes de atuar em um mundo em permanente transformação. Para articular e gerenciar todo esse processo é fundamental a figura do Administrador dentro das organizações. Ainda, pode-se analisar a importância do setor público como organismo que estabelece diretrizes para impulsionar o movimento dos mercados, e lá também precisa estar o Administrador.

Essa visão sistêmica, e ao mesmo tempo específica de ações dos diferentes agentes do contexto vivido, exige profissionais que pratiquem o olhar dinâmico e integrativo, desde sua base de formação, visando uma atuação mais eficaz quando no exercício de sua profissão.

O trabalho está cada vez mais abstrato, mais intelectualizado, mais autônomo, coletivo e complexo. Cada vez mais as funções diretas estão sendo incorporadas pelos sistemas técnicos e o simbólico se interpõe entre o objeto e o conteúdo do trabalho. O próprio objeto do trabalho torna-se imaterial: informações, “signos”, linguagens simbólicas, dentre outros.

Com o avanço tecnológico, as tarefas estão se tornando indeterminadas pelas possibilidades de usos múltiplos dos próprios sistemas e a tomada de decisões passa a depender da captação de uma multiplicidade de informações obtidas através das redes informatizadas. O trabalho repetitivo, prescrito é substituído por um trabalho de arbitragem, em que é preciso diagnosticar, prevenir, antecipar, decidir e interferir em relação a uma dada situação concreta de trabalho. A natureza deste tipo de trabalho reveste-se da imprevisibilidade das situações, nas quais o administrador ou o coletivo de administradores

têm que fazer escolhas e opções todo o tempo, ampliando-se as operações mentais e cognitivas envolvidas nas atividades, mas, ao mesmo tempo, em seus “custos subjetivos”.

Estas características do trabalho nos setores em que vigoram os novos conceitos de produção, com uso da tecnologia informacional e mudanças organizacionais, tornam questionáveis noções como qualificação para o posto de trabalho ou qualificação para o emprego. O trabalho já não pode mais ser pensado a partir da perspectiva de um determinado posto, mas de famílias de ocupações que podem e devem ser consolidadas a partir de um conjunto de competências e habilidades que devem estar incorporadas na formação profissional.

Trata-se da qualificação real do administrador, compreendida como um conjunto de competências e habilidades, saberes e conhecimentos, que provêm de várias instâncias, tais como, da formação geral (conhecimento científico), da formação profissional (conhecimento técnico) e da experiência de trabalho e social (qualificações tácitas).

A qualificação real dos administradores é muito mais difícil de ser observada e constitui-se mais no “saber-ser” do que no “saber-fazer”. O conjunto de competências que os Cursos de Administração terão que colocar em ação, por meio da articulação dos vários saberes oriundos de várias esferas (formais, informais, teóricos, práticos e tácitos) para resolver problemas e enfrentar situações de imprevisibilidade que constituem características desta qualificação real é o grande desafio e que este Plano Pedagógico buscou contemplar. De uma forma resumida pode-se dizer que o profissional da Gestão dos dias atuais não deve se limitar a ter um conhecimento estático e sim dinâmico visando sempre poder entender mudanças e novos contextos para poder, sempre, tomar as melhores decisões.

A Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões oferece o Curso de Administração, com diferentes linhas de formação específica, buscando atender às modificações do contexto atual, sejam elas, profissionais, econômicas ou legais, considerando as especificidades da região de atuação.

A predominância de pequenos e médios negócios requer profissionais com conhecimentos de gestão, com formação generalista, mas preparados para atuar localmente.

O Curso, com vistas a atender as necessidades oriundas da globalização, oferece abordagens da administração considerando as oportunidades e ameaças que o mercado internacional propicia, buscando apontar estratégias e ações administrativas neste contexto.

Considerando as tendências de potencialidade que o Brasil e a região de atuação da URI apontam em diferentes aspectos de negócios, o Curso oferece além da linha específica da administração, também, conteúdos dirigidos ao turismo, agronegócio, cooperativo e comércio internacional. Assim fica abrangente e democrática a formação conforme o interesse do aluno.

A constante busca pela qualidade nas organizações localizadas nesta região de abrangência da URI, o crescente reconhecimento do papel do Administrador nestas instâncias, além de políticas regionais de desenvolvimento, permitem justificar a oferta deste Curso nesta região, com suas linha de formação específicas, já citadas.

4 OBJETIVOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

O Curso de Administração, entre outras legislações, obedece a Resolução 04/2005, onde no seu artigo quinto consta:

O curso de Administração deve contemplar em seu PPC conteúdos que revelem inter-relações com a realidade nacional e internacional, numa perspectiva histórica e contextualizada de sua aplicabilidade no âmbito das organizações e do meio, através de tecnologias inovadoras. (Artigo 5º da Resolução 04/2005).

Levando em conta essa preposição que o presente Plano Pedagógico foi montado de forma abrangente e dinâmica que inclua toda essa abrangência.

Antes da definição dos objetivos do Curso, um olhar sob as dificuldades atuais enfrentadas pelos administradores, são apresentadas com base em uma pesquisa do Sr. Rui Otávio de Andrade do CFA – Conselho Federal de Administração e publicada por Andrade (2004) permite um melhor direcionamento dos resultados almejados.

Nesta pesquisa, levantaram-se alguns problemas, a saber:

- Na escolha do curso de graduação, os estudantes consideram mais as perspectivas do mercado de trabalho do que a sua vocação;
- A expansão dos cursos de Administração em todo o país tem formado anualmente grandes contingentes de administradores que, dependendo da qualidade deste ensino, podem trazer prejuízos à imagem de todos os profissionais da área;
- Os cursos de Administração não estão preparando convenientemente o administrador para enfrentar os desafios do mercado de trabalho, seja pela desatualização de seus componentes curriculares, seja pela não incorporação de avanços tecnológicos;
- Ao invés da existência de projetos que visam à redução do tempo de duração dos cursos de Administração, deveria haver projetos de melhoria da sua qualidade e de preparação do aluno para desafios da área acadêmica e, principalmente, do mercado de trabalho;
- As funções gerenciais nas organizações têm sido ocupadas por profissionais de todas as áreas, que priorizam as competências, ao invés da formação acadêmica;
- Comparativamente a outros profissionais, o administrador é considerado de bom nível para atuar em todas as áreas de uma organização, embora seu acesso a cargos executivos seja mais difícil do que outros.

Desta forma buscando evitar os problemas apontados e acompanhando as novas exigências do mercado conforme descritos nesta pesquisa e em tantas outras já desenvolvidas, os objetivos que o Curso de Administração da URI almeja, a partir desta proposta são:

- Proporcionar aos acadêmicos uma sólida formação na área da administração aliada a uma cultura geral;
- Preparar profissionais com capacidade para propor cenários estratégicos alternativos;
- Desenvolver, além da capacidade analítica, executiva e decisória, condições de realizar pesquisas em busca de soluções para os problemas existentes;
- Estimular a busca de novos métodos e técnicas administrativas, ordenando e aplicando racionalmente, os recursos, com vistas à execução de fins imediatos e fundamentais das organizações, qualquer que seja a sua natureza ou porte;
- Desenvolver a capacidade de assumir os diversos níveis de responsabilidades diretivas dentro da organização, promovendo a integração de seus membros;
- Preparar profissionais com capacidade para planejar, organizar, dirigir, coordenar e controlar processos técnicos que visem otimizar as áreas de recursos humanos, de finanças, de produção e de mercadologia com vistas à melhoria das organizações;
- Dirigir e coordenar estudos e análises, bem como implementar programas de racionalização administrativa;
- Desenvolver e formular políticas, sistemas, métodos e procedimentos de administração e aplicá-los no campo organizacional onde a empresa está inserida;
- Dirigir programas de avaliação, políticas, planos e metas, orçamentos, sistemas, métodos e procedimentos, tendo em vista a eficiência e a eficácia da atividade administrativa, voltados para a implementação de empreendimentos;
- Desempenhar as funções de gerenciamento e administração ligadas aos setores da área de serviços e produtos;
- Coordenar, analisar e elaborar planos para o desenvolvimento das organizações, levando em conta as influências de fatores econômicos, socioculturais, históricos e ambientais, políticos e tecnológicos.

Percebe-se desta forma que o objetivo central do curso é preparar profissionais com conhecimentos, habilidades e competências para intervir no âmbito dos negócios, utilizando-se de estratégias dirigidas aos resultados empresariais e em prol do desenvolvimento da

sociedade. Cabe salientar que estes objetivos são complementados quando se analisa o Curso nas suas respectivas linhas de formação.

Pensando na perspectiva da linha de formação que reforça a Administração propriamente dita percebe-se a preocupação de formar um profissional capaz de administrar empresas públicas e privadas destacando-se como um gestor preparado para decisões complexas e um gerenciamento dinâmico, algo muito necessário para os dias atuais.

Na proposta sob a ótica de uma linha de formação específica em Comércio Internacional percebe-se um rol de componentes curriculares e formação voltados para o diagnóstico e análises internacionais, visando contribuir com participações empresariais em outros países, por meio de diferentes estratégias, habilidades e atitudes dos administradores. Assim o Administrador terá uma formação necessária da área da Administração e complementa sua formação agregando a ela a linha específica de comércio internacional, tendo assim uma visão mais ampla em nível da gestão de negócios internacionais, onde poderá atuar com maior conhecimento de causa. Essa formação vem ao encontro da necessidade das empresas que cada vez mais, com a globalização, precisarão de gestores que saibam atuar no mercado internacional.

A linha de formação específica em Turismo tem como objetivo complementar capacitar recursos humanos com competências, habilidades e bases tecnológicas para atuarem em empresas ligadas ao setor de turismo e áreas afins. Poderão, ainda, atuar nas empresas de turismo e áreas afins que estão se fortalecendo na região e em outros locais (já que o turismo é uma das atividades que mais cresce e emprega no mundo). Também terão uma nova opção profissional e um novo serviço a oferecer para as empresas de turismo da região, para os turistas e para as Secretarias Municipais de Turismo, que terão nesse trabalho e no Curso a oportunidade de qualificação dos membros de seus respectivos quadros funcionais. Assim estarão contribuindo para o fortalecimento do turismo e colocando no mercado profissionais com habilidades e competências específicas.

Ainda sobre o turismo cabe ressaltar que a URI está sediada com seus câmpus em regiões com vocações e atividades turísticas em pleno crescimento. Tem em vista potenciais regionais como: Rota das Missões, os Sete Povos Missioneiros, o Circuito Internacional das Missões Jesuíticas ou Caminho das Missões Jesuíticas, a proximidade com a fronteira de outros países membros do MERCOSUL, Rota das Águas e das Pedras e das Gemas e Jóias, Rota do Yucumã, Roteiro Internacional Integrado Missões/Iguaçu, Rota das Águas, dentre outros potenciais turísticos.

O Curso de Administração também contempla a linha específica do Agronegócio que como conhecimento complementar se propõe a preparar profissionais com uma visão sistêmica, capacitando-os para atuar nos mais diferentes agentes participantes do *Agribusiness*, nas organizações de pequeno, médio e grande porte, otimizando e alavancando recursos para o desenvolvimento rural e do agronegócio regional. Um profissional capacitado para atuar na gestão “antes, dentro e depois da porteira”, da agropecuária a agroindústria. Essa linha de formação vem ao encontro da vocação regional em que a URI está inserida. A própria matriz do agronegócio regional nesse novo contexto, passa por mudanças, exigindo mais profissionalismo na gestão das áreas ligadas ao agronegócio e suas novas alternativas, fato que justifica a formação de gestores com mais conhecimento nessa questão.

Ainda no Curso de Administração existe a opção da linha de formação específica em Cooperativismo, opção cada vez em maior evidência no mercado, como forma de enfrentar a concorrência cada vez mais acirrada do mercado onde a cooperação passa a ser a alternativa para pessoas e empresas continuarem competitivas e sobreviverem no mercado. Preparar Administradores capacitados e preparados para pensarem a gestão, a competição e a concorrência sob a perspectiva da cooperação passou a ser um dos desafios.

Nesse contexto do cooperativismo, considerando que essa região foi uma das pioneiras no cooperativismo brasileiro e que o Rio Grande do Sul foi o precursor do cooperativismo de crédito fica evidente que várias cooperativas estão presentes no Estado e em toda a Região Sul do Brasil. Assim tem sido uma área que demanda muitos Administradores. Visando atender essa perspectiva de Gestores que essa linha em cooperativismo foi colocada como opção.

Considerando as especificidades de cada região, dos diferentes câmpus da URI, serão oferecidas (por esses câmpus) as linhas específicas consideradas mais adequadas considerando o contexto no tempo e no espaço. Quer dizer, o câmpus optará por linhas que oferecerá e, num determinado tempo poderá rever a oferta de determinada linha para os Vestibulares seguintes, caso isso for relevante e necessário, levando em conta o contexto da demanda regional e o perfil sócio-econômico local num dado período. Também o câmpus terá a liberdade de trabalhar com 8 ou 9 semestres dependendo da metodologia adotada. Quando a opção for 8 semestres o sábado poderá ser utilizado como dia letivo.

5 PERFIL, HABILIDADES, COMPETÊNCIAS E ATITUDES.

Os cursos de graduação em Administração, no processo pedagógico de formação de seus profissionais, deverão desenvolver um conjunto de habilidades e garantir o domínio de conteúdos que se articulam para a formação de um determinado perfil do egresso. São as habilidades desenvolvidas com base em determinados conteúdos que vão configurar o perfil do profissional desejado, garantindo a identidade nacional da categoria profissional, permitindo, no entanto, a incorporação de características desejáveis.

5.1 PERFIL

O processo pedagógico deve possibilitar a formação profissional que revele ao final do curso:

- Aprender por modelos teóricos as diferentes concepções do contexto empresarial que circundam o administrador nos dias atuais;
- Capacidade para compreender o contexto, as organizações, diagnosticando problemas e propondo ações visando contribuir para com a sua eficácia;
- Internalização de valores de responsabilidade social, justiça e ética profissional;
- Formação humanística e visão global que o habilite a compreender o meio social, político, econômico e cultural onde está inserido e a tomar decisões em um mundo diversificado e interdependente;
- Formação técnica e científica para atuar na administração das organizações, além de desenvolver atividades específicas da prática profissional em consonância com as demandas mundiais, nacionais e regionais;
- Competência para empreender, criar, mudar e inovar, analisando criticamente as organizações, antecipando e promovendo suas transformações;
- Capacidade de atuar em equipes multidisciplinares, utilizando-se de criatividade e iniciativa constantes, por diferentes metodologias de expressão e comunicação.
- Capacidade de compreensão da necessidade do contínuo aperfeiçoamento profissional e do desenvolvimento da autoconfiança.

O quadro a seguir apresenta os componentes curriculares de aprendizagem e suas características, baseado em Senge (2004).

COMPONENTE	CARACTERÍSTICAS
RACIOCÍNIO SISTÊMICO	Conjunto de conhecimentos e instrumentos desenvolvidos para mostrar as modificações que devem ser feitas, a fim de melhorar o conjunto como um todo, independentemente da sua complexidade.
DOMÍNIO PESSOAL	Visão objetiva da realidade, do que é importante para cada um, consoante aos objetivos pessoais. A organização aprende não mais do que seus membros aprendem.
MODELOS MENTAIS	Ideias profundamente arraigadas, generalizações ou mesmo imagens que influenciam nosso modo de encarar o mundo. A modificação dos modelos mentais desencadeia um novo processo de adaptação e crescimento, provocando um aprendizado voltado para dentro, ou seja, um meticoloso exame que a organização tem do mundo que o rodeia.
OBJETIVO COMUM	A transformação de objetivos individuais em objetivos comuns baseada em princípios, valores e compromissos compartilhados por todos os membros pode desencadear a mudança organizacional.
APRENDIZADO EM EQUIPE	É o raciocínio comum concebido por uma equipe a partir de ideias preconcebidas. O mesmo é conseguido através do diálogo, do fluxo de ideias entre os seus membros, é a célula para o aprendizado da organização. O aprendizado em equipe, quando supera o aprendizado individual, acaba desenvolvendo, com maior rapidez, a capacidade individual na organização, fazendo com que seus membros passem a enxergar além dos limites de suas perspectivas pessoais.

Quadro 1 - O Desenvolvimento dos Componentes Curriculares de Aprendizagem Organizacional como Estratégia para a Consolidação do Perfil Generalista/Polivalente

Fonte: Senge (1994).

Assim, pode-se argumentar que o perfil desejado é trabalhado no decorrer de todo o curso, nos diversos módulos.

5.2 HABILIDADES

As habilidades que contribuem para a formação do perfil do profissional desejado envolvem:

- comunicação interpessoal e expressão correta nos documentos técnicos específicos e de interpretação da realidade das organizações;
- habilidade de utilização de raciocínio lógico, crítico e analítico, operando com valores e formulações matemáticas e estabelecendo relações formais e causais entre fenômenos;
- habilidade de interagir criativamente face aos diferentes contextos organizacionais e sociais;
- habilidade de demonstrar compreensão do todo administrativo, de modo integrado, sistêmico e estratégico, bem como de suas relações com o ambiente externo;
- habilidade de lidar com modelos de gestão inovadores;
- habilidade de resolver situações com flexibilidade e adaptabilidade diante de problemas e desafios organizacionais;

- habilidade de ordenar atividades e programas, de decidir entre alternativas e de identificar e dimensionar riscos;
- habilidade de selecionar estratégias adequadas de ação, visando a atender a interesses interpessoais e institucionais;
- habilidades de selecionar procedimentos que privilegiem formas de atuação em prol de objetivos comuns.

A seguir apresentam-se as habilidades conceituais, humanas e técnicas, bem como suas características, desenvolvidas por Katz (1976).

HABILIDADES	CARACTERÍSTICAS
Conceitual	É a capacidade de compreender a complexidade da organização como um todo e onde cada área específica se enquadra nesse complexo. Permite agir de acordo com os objetivos globais da organização e não em função de metas e necessidades imediatas do próprio grupo.
Humana	É a capacidade e o discernimento para trabalhar com e por meio de pessoas, incluindo o conhecimento do processo de motivação e a aplicação eficaz da liderança.
Técnica	É a capacidade de aplicar conhecimentos técnicos, métodos e equipamentos necessários à execução de tarefas específicas. É adquirida através da experiência, da educação e do treinamento.

Quadro 2: Habilidades Humanas, Conceituais e Técnicas.

Fonte: Katz (1976)

Podemos verificar através do Quadro 5, a contribuição das matérias do currículo mínimo para a consolidação das habilidades de um administrador, garantindo também a pluralidade e a interdisciplinariedade dos conhecimentos.

Matérias	Conceituais	Humanas	Técnicas
Economia	X		XX
Direito	X	X	
Matemática	X		XX
Estatística	X		XX
Contabilidade	X		XX
Filosofia	XX	XXX	X
Sociologia	XXX	XX	X
Teorias da Administração	XXX	XX	X
Administração Mercadológica	XX	XXX	X
Administração da Produção	XX	XX	XXX
Administração de Recursos Humanos	XX	XXX	X
Administração Financeira e Orçamentária	XX	X	XXX
Administração de Materiais e Patrimônio	XX	X	XXX
Organização, Sistemas e Métodos	XX	X	XXX
Administração de Sistemas de Informações	XXX	XX	X

Quadro 3: Contribuição das Matérias do Currículo Mínimo para a Consolidação das Habilidades

Fonte: ANDRADE (1997)

Nota: Nível ideal de contribuição de cada matéria para a consolidação das habilidades. Legenda: X= pouca XX= bastante XXX= muita

5.3 COMPETÊNCIAS

Segundo as **Competências constantes nas Diretrizes Curriculares Nacionais** o Curso de Administração da URI deve perseguir a construção do conhecimento do seu corpo discente levando em conta 8 Competências a saber:

Competências das Diretrizes Curriculares Nacionais	Intensidade em que a Competência é Trabalhada em cada Módulo do Curso de Administração da URI								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Competências a Desenvolver									
1) Reconhecer e definir problemas, equacionar soluções, pensar estrategicamente, introduzir modificações no processo produtivo, atuar preventivamente, transferir e generalizar conhecimentos e exercer, em diferentes graus de complexidade o processo de tomada de decisões.	X	X	XX	XX	XXX	XXX	XXXX	XXXX	XXXX
2) Desenvolver a expressão e comunicação compatíveis como o exercício profissional, inclusive nos processos de negociação e nas comunicações interpessoais ou intergrupais.	XX	XX	XX	XX	XXXX	XXXX	XXX	XXX	XXXX
3) Refletir e atuar criticamente sobre a esfera da produção, compreendendo sua posição e função na estrutura produtiva.	X	X	XX	XX	XXXX	XXXX	XX	XX	XXXX
4) Desenvolver raciocínio lógico, crítico e analítico para operar com valores e formulações matemáticas presentes nas relações formais e causais entre fenômenos produtivos, administrativos e de controle, expressando-se de modo crítico e criativo diante dos diferentes contextos organizacionais e sociais.	XXX	XXX	XXXX	XXXX	XX	XX	XXX	XXX	XXXX
5) Ter iniciativa, criatividade, determinação, vontade política e administrativa, vontade de aprender, abertura às mudanças e consciência da qualidade e das implicações éticas do seu exercício profissional.	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX
6) Desenvolver a capacidade de transferir conhecimentos da vida e da experiência cotidianas para o ambiente de trabalho e do seu campo de atuação profissional, em diferentes modelos organizacionais, revelando-se um profissional adaptável.	X	X	XX	XX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX
7) Desenvolver capacidade para elaborar, implementar e consolidar projetos.	X	X	XX	XX	XXX	XXX	XXXX	XXXX	XXXX
8) Desenvolver capacidade para realizar consultoria em gestão e administração, pareceres, perícias administrativas, gerenciais, organizacionais, estratégicos e operacionais.	X	X	X	X	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX

Quadro 4: Competências do Administrador

Fonte: 8 Competências: Adaptado de Kreuz, Mauro, Angrad, 2011.

Legenda: X = menos intenso; XX = média intensidade; XXX = mais intenso; XXXX = muito intenso.

Esse mesmo demonstrativo pode ser aplicado para a situação onde o curso está densado em oito semestres.

Competências das Diretrizes Curriculares Nacionais	Intensidade em que a Competência é Trabalhada em cada Módulo do Curso de Administração da URI							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Competências a Desenvolver								
1) Reconhecer e definir problemas, equacionar soluções, pensar estrategicamente, introduzir modificações no processo produtivo, atuar preventivamente, transferir e generalizar conhecimentos e exercer, em diferentes graus de complexidade o processo de tomada de decisões.	X	X	XX	XX	XXX	XXX	XXXX	XXXX
2) Desenvolver a expressão e comunicação compatíveis como o exercício profissional, inclusive nos processos de negociação e nas comunicações interpessoais ou intergrupais.	XX	XX	XX	XX	XXXX	XXXX	XXX	XXXX
3) Refletir e atuar criticamente sobre a esfera da produção, compreendendo sua posição e função na estrutura produtiva.	X	X	XX	XX	XXXX	XXXX	XX	XXXX
4) Desenvolver raciocínio lógico, crítico e analítico para operar com valores e formulações matemáticas presentes nas relações formais e causais entre fenômenos produtivos, administrativos e de controle, expressando-se de modo crítico e criativo diante dos diferentes contextos organizacionais e sociais.	XXX	XXX	XXXX	XXXX	XX	XX	XXX	XXXX
5) Ter iniciativa, criatividade, determinação, vontade política e administrativa, vontade de aprender, abertura às mudanças e consciência da qualidade e das implicações éticas do seu exercício profissional.	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX
6) Desenvolver a capacidade de transferir conhecimentos da vida e da experiência cotidianas para o ambiente de trabalho e do seu campo de atuação profissional, em diferentes modelos organizacionais, revelando-se um profissional adaptável.	X	X	XX	XX	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX
7) Desenvolver capacidade para elaborar, implementar e consolidar projetos em organizações.	X	X	XX	XX	XXX	XXX	XXXX	XXXX
8) Desenvolver capacidade para realizar consultoria em gestão e administração, pareceres, perícias administrativas, gerenciais, organizacionais, estratégicos e operacionais.	X	X	X	X	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX

Quadro 5: Competências do Administrador: oito semestres

Fonte: 8 Competências: Adaptado de Kreuz, Mauro, Angrad, 2011.

Legenda: X = menos intenso; XX = média intensidade; XXX = mais intenso; XXXX = muito intenso.

Embora essas competências sejam trabalhadas em diversos componentes curriculares, em diversos módulos e anos, elas se destacam mais ou menos a partir de um momento levando em conta a gama de conhecimentos que o educando deve ter adquirido para poder desenvolvê-las. Mas, definitivamente essas oito competências são interdisciplinares e multidisciplinares, sendo impossível estarem presentes em apenas um ou outro componente curricular.

5.4 ATITUDES

A busca pela formação de competências e habilidades no futuro administrador somente se completa quando se consegue fazer com que ele tenha atitude de administrador nas ações e aprendizados que desenvolveu pelo conhecimento e pela habilidade. Assim, na prática o que se quer é um profissional completo com conhecimento, habilidade e atitude (CHA). Para isso as atividades extraclasse, no NPA são fundamentais para garantir esse tripé fundamental da competência profissional.

6 CAMPO DE ATUAÇÃO DO PROFISSIONAL

A profissão do administrador e sua atuação estão baseadas na Lei 4.769 de 09/09/1965, e leis e regulamentos que a complementaram posteriormente. Quem registra e fiscaliza a profissão é o Conselho Federal de Administração (CFA) e os Conselhos Regionais de Administração (CRAs). A atuação profissional está baseada no código de ética profissional denominado Código de Ética dos Profissionais de Administração (CEPA), aprovado pela Resolução Normativa CFA nº 393, de 6 de dezembro de 2010.

Assim a atividade profissional do Administrador, como profissão, liberal ou não, compreende:

- a)** Elaboração de pareceres, relatórios, planos, projetos, arbitragens e laudos, em que se exija a aplicação de conhecimentos inerentes às técnicas de organização;
- b)** Pesquisas, estudos, análises, interpretação, planejamento, implantação, coordenação e controle dos trabalhos nos campos de administração geral, como administração e seleção de pessoal, organização, análise, métodos e programas de trabalho, orçamento, administração de material e financeira, administração mercadológica, administração de produção, relações industriais, bem como outros campos em que estes se desdobrem ou com os quais sejam conexos;
- c)** Exercício de funções e cargos de Administração de Serviço Público Federal, Estadual, Municipal, Autárquico, Sociedades de Economia Mista, empresas estatais, paraestatais e privadas, em que fique expresso e declarado o título do cargo abrangido;
- d)** O exercício de funções de chefia ou direção, intermediária ou superior, assessoramento e consultoria em órgãos, ou seus departamentos, da Administração pública, de entidades privadas e do terceiro setor, cujas atribuições envolvam, principalmente, a aplicação de conhecimentos inerentes às técnicas de administração;
- e)** O magistério em matérias técnicas do campo da administração e organização.

Na Administração Pública Federal, Estadual ou Municipal, direta ou indireta, é obrigatória, para o provimento e exercício de cargos de Administrador, a apresentação de diploma de Bacharel em Administração ou a comprovação de que o candidato adquiriu os mesmos direitos e prerrogativas na forma das alíneas “a” a “c”. Claro que a aplicação do

disposto nas alíneas “c”, “d” e “e” não prejudicará a situação dos atuais ocupantes de cargos, funções e empregos, inclusive de direção, chefia, assessoramento e consultoria no Serviço Público e nas entidades privadas, enquanto os exercerem.

A apresentação do diploma não dispensa a prestação de concurso para o provimento do cargo, quando o exige a lei ou o respectivo edital. Também a apresentação do diploma não dispensa o Administrador de suas obrigações e compromissos vinculados ao respectivo ao exercício da profissão ligado ao órgão de classe, no caso o Conselho Regional de Administração (CRA) e o Conselho Federal de Administração (CFA).

Na esfera privada é imensa a área de atuação profissional do administrador. E é pensando nisso que o curso propõe as linhas de formação de modo a atender essa abrangência. No que se refere às linhas de formação específica, o campo profissional se amplia, considerando as especificidades das áreas.

No Comércio Internacional os administradores além das funções já citadas, estarão melhores preparados para atuar em organismos internacionais (privados ou estatais). Estarão aptos para desempenhar funções nas organizações privadas em atividades específicas de comércio internacional, como estudo e desenvolvimento de mercado externo, negociação internacional, sistemática operacional de importação e exportação e logística internacional. Também, podem atuar em organizações públicas, de fomento, controle e fiscalização do comércio internacional, em organismos internacionais e câmaras de comércio.

No Turismo, os administradores poderão atuar na organização e administração de empreendimentos turísticos públicos, privados e o terceiro setor: agências de turismo e viagens, operadoras, hotéis e restaurantes; captação e organização de eventos, promoção de eventos de natureza social, cultural, artística, científica ou econômica. Também poderão atuar no planejamento turístico municipal e na participação de estudos caracterizando o fenômeno turístico em atividade diversificada..

No Agronegócio, os egressos estarão aptos para contribuir no fortalecimento e desenvolvimento do *agribusiness* regional, podendo participar de projetos agropecuários e/ou agroindustriais, gerenciando e empreendendo empresas de negócios agropecuários locais, regionais e internacionais; operando e assessorando, projetos de pesquisa de sistemas de produção em propriedades rurais e agroindustriais; supervisionando o manejo de matérias-primas e processos de produção; e controlando a qualidade dos produtos, serviços e métodos de trabalho nas mais diferentes empresas participantes da cadeia produtiva do agronegócio.

No Cooperativismo, o Administrador egresso estará apto a ser um gestor de cooperativas além de poder dar assessoria e consultoria para a formação e gestão de empreendimentos cooperativos, associativos e afins.

Segundo Conselho Federal de Administração, órgão de classe que regulamenta a profissão, o campo de atuação do profissional do Administrador inclui (CFA, 2011):

- a) Administração e Seleção de Pessoal / Recursos Humanos:**
 - Cargos e Salários;
 - Controle de Pessoal;
 - Coordenação de Pessoal;
 - Desenvolvimento de Pessoal;
 - Interpretação de Performances;
 - Locação de Mão-de-Obra;
 - Pessoal Administrativo;
 - Pessoal de Operações;
 - Recrutamento;
 - Recursos Humanos;
 - Seleção;
 - Treinamento.
- b) Organização e Métodos, Programas de Trabalho e Análise de Sistemas:**
 - Administração de Empresas;
 - Análise de Formulários;
 - Análise de Métodos;
 - Análise de Processos;
 - Análise de Sistemas;
 - Assessoria Administrativa;
 - Assessoria Empresarial;
 - Assistência Administrativa;
 - Auditoria Administrativa;
 - Consultoria Administrativa;
 - Controle Administrativo;
 - Gerência Administrativa e de Projetos;
 - Implantação de Controle e de Projetos;
 - Implantação de Estruturas Empresariais;
 - Implantação de Métodos e Processos;
 - Implantação de Planos;
 - Implantação de Serviços;
 - Implantação de Sistemas;
 - Organização Administrativa;
 - Organização de Empresa;
 - Organização e Implantação de Custos;
 - Pareceres Administrativos;
 - Perícias Administrativas;
 - Planejamento Empresarial;
 - Planos de Racionalização e Reorganização;
 - Processamento de Dados/Informática;
 - Projetos Administrativos;
 - Racionalização.
- c) Orçamento**
 - Controle de Custos
 - Controle e Custo Orçamentário
 - Elaboração de Orçamento
 - Empresarial
 - Implantação de Sistemas
 - Projeções
 - Provisões e Previsões
- d) Administração de Material/Logística**

- Administração de Estoque;
 - Assessoria de Compras;
 - Assessoria de Estoques;
 - Assessoria de Materiais;
 - Catalogação de Materiais;
 - Codificação de Materiais;
 - Controle de Materiais;
 - Estudo de Materiais;
 - Logística;
 - Orçamento e Procura de Materiais;
 - Planejamento de Compras;
 - Sistemas de Suprimento.
- e) Administração Financeira**
- Análise Financeira;
 - Apuração do E.V.A. (*Economic Value Added*);
 - Assessoria Financeira;
 - Assistência Técnica Financeira;
 - Consultoria Técnica Financeira;
 - Diagnóstico Financeiro;
 - Orientação Financeira;
 - Pareceres de Viabilidade Financeira;
 - Projeções Financeiras;
 - Projetos Financeiros;
 - Sistemas Financeiros;
 - Administração de Bens e Valores;
 - Administração de Capitais;
 - Controladoria;
 - Controle de Custos;
 - Levantamento de Aplicação de Recursos;
 - Arbitragens;
 - Controle de Bens Patrimoniais;
 - Participação em outras Sociedades - (*Holding*);
 - Planejamento de Recursos;
 - Plano de Cobrança;
 - Projetos de Estudo e Preparo para Financiamento.
- f) Administração Mercadológica / Marketing**
- Administração de Vendas;
 - Canais de Distribuição;
 - Consultoria Promocional;
 - Coordenação de Promoções;
 - Estudos de Mercado;
 - Informações Comerciais - Extra – Contábeis;
 - Marketing;
 - Pesquisa de Mercado;
 - Pesquisa de Desenvolvimento de Produto;
 - Planejamento de Vendas;
 - Promoções;
 - Técnica Comercial;
 - Técnica de Varejo (grandes magazines).
- g) Administração de Produção**
- Controle de Produção;
 - Pesquisa de Produção;
 - Planejamento de Produção;
 - Planejamento e Análise de Custo.
- h) Relações Industriais/Benefícios/Segurança do Trabalho**
- i) Campos Considerados como Desdobramentos ou Conexos:**
- Administração de Consórcio;
 - Administração de Comércio Exterior;
 - Administração de Cooperativas;
 - Administração Hospitalar;
 - Administração de Condomínios;
 - Administração de Imóveis;

- Administração de Processamento de Dados/ Informática;
- Administração Rural;
- Administração Hoteleira;
- *Factoring*;
- Turismo.

Assim pode-se afirmar resumidamente que a atribuição do Administrador está voltada à gestão de todo e qualquer empreendimento independente da área.

Por essa razão a formação do administrador o prepara para atuar no que se chama de formação básica profissional que contempla as teorias organizacionais, gestão financeira, gestão da produção e operações, gestão de pessoas, gestão da logística, organização, sistemas e métodos organizacionais, gestão de marketing, empreendedorismo e gestão da inovação e da mudança, além da formação complementar sobre gestão e linhas específicas do conhecimento e a formação generalista.

7 ORGANIZAÇÃO CURRICULAR

7.1 DADOS GERAIS

7.1.1 Denominação

Curso de Graduação em Administração

7.1.2 Título

Bacharel em Administração

7.1.3 Linhas de formação específica

- Administração
- Comércio Internacional
- Turismo
- Agronegócio
- Cooperativismo

Fica a critério de cada câmpus, de acordo com as necessidades e interesses das partes envolvidas, estabelecer o momento da definição para a linha de formação, podendo ser no início do curso ou até o quarto semestre, momento em que as disciplinas das respectivas linhas passam a ser ministradas.

7.1.4 Carga horária

A carga horária total do Curso de Administração está dividida em formação básica, profissional, complementar, quantitativos e suas tecnologias, estágios, componentes

curriculares eletivos, específicas (que dão a formação da linha escolhida), e atividades complementares. Ressalta-se que de acordo com a legislação pertinente o TCC para o Bacharelado em Administração é opcional, e não é contemplado neste PPP.

Esta divisão obedece à legislação em vigor, especificamente a Resolução nº 4 de 13 de julho de 2005, que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Administração e também a orientação da Presidência da Angrad, e pode ser assim visualizada:

Formação Básica Geral	570 horas
Formação Profissional	1.080 horas
Formação Complementar	90 horas
Estudos Quantitativos e suas Tecnologias	270 horas
Estágio de Prática Profissional/Trabalho Conclusão	300 horas
Componentes Curriculares Eletivos	90 horas
Componentes Linha Específicas de Formação Profissional	420 horas
Atividades Complementares	180 horas
Total	3.000 horas

QUADRO 6: Distribuição da Carga Horária do Curso

Se considerarmos que o item Linha específica de formação se junta ao item Formação Profissional podemos dizer que para a Formação Profissional o curso destina um total de 1.520 horas, ou seja, acima de 50%.

A figura 1 que representa esta segmentação, objetivando melhor compreensão da formação a ser desenvolvida ao egresso durante o Curso de Administração da URI.

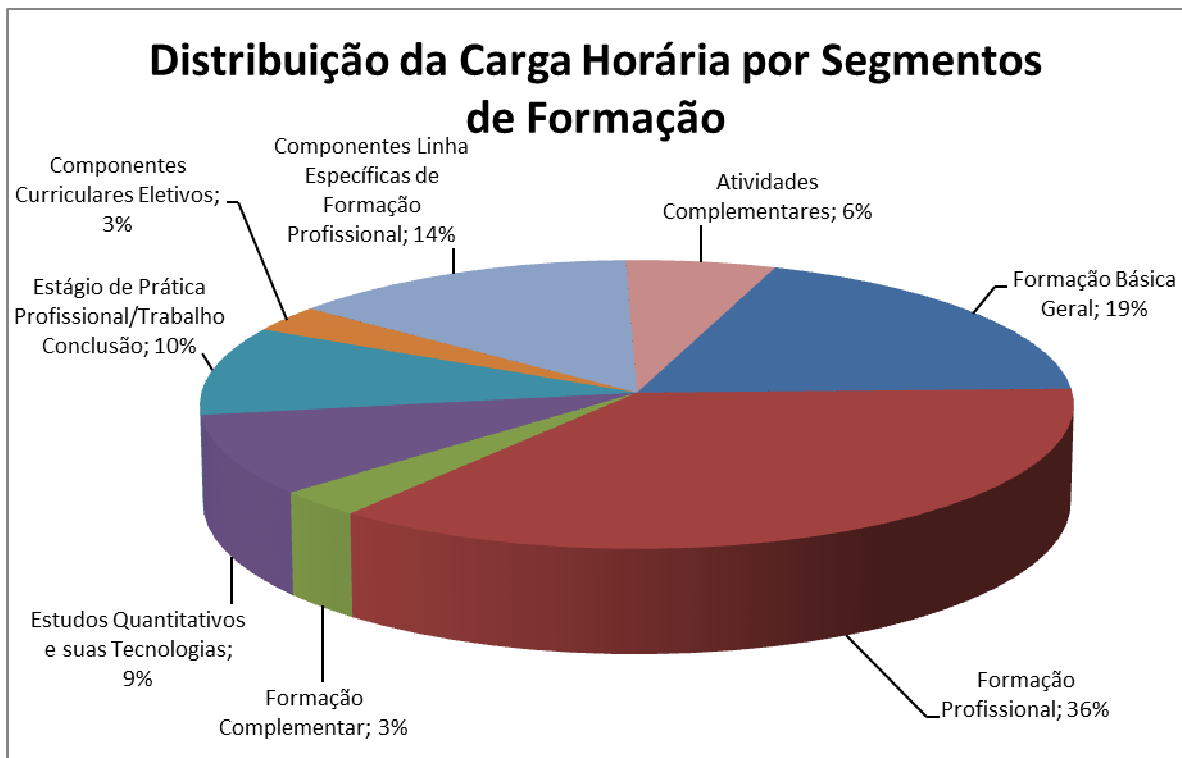
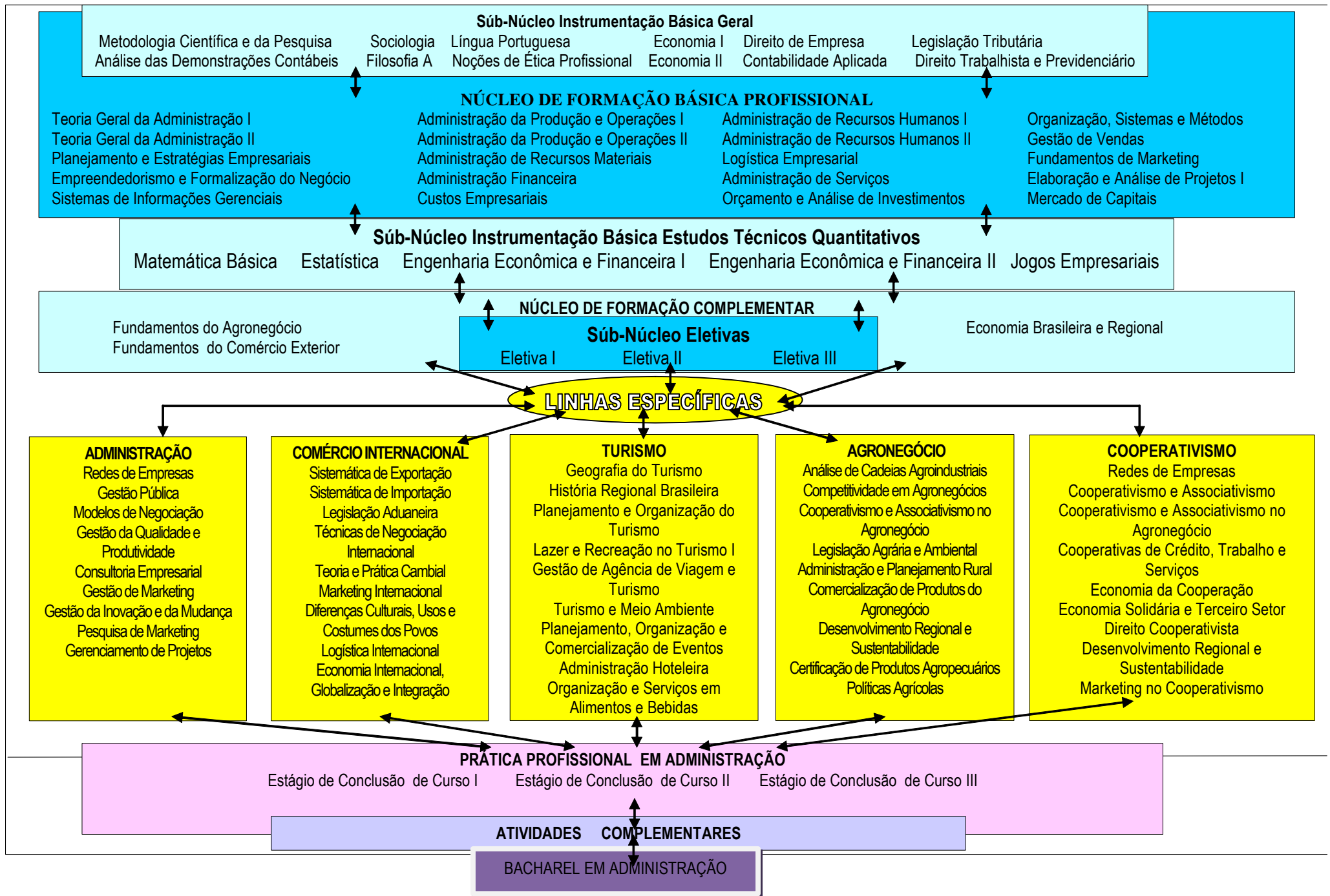


Figura 1 – Gráfico demonstrativo da carga horária por segmentos de formação

A seguir apresenta-se uma representação gráfica do perfil de formação do Administrador, paralelo à integralização da carga horária, na formação do discente.

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO – ORGANIZAÇÃO CURRICULAR

Linhas: Administração; Comércio Exterior; Turismo; Agronegócio; Cooperativismo



7.1.5 Integralização

Mínimo: 4 anos

Máximo: 9 anos

7.1.6 Número de vagas e acesso ao curso

O número de vagas para o Curso de Administração da URI está dividido por Câmpus. As vagas mantêm-se historicamente constantes, mas podem variar com o decorrer do tempo, desde que devidamente autorizadas pelas instâncias superiores da Universidade, conforme prevê o Estatuto e Regimento da URI. As vagas são gerais para o bacharelado em Administração, pois a escolha da linha, apesar de ser desde o início até o quarto semestre letivo, não necessita de vagas específicas por linha e sim geral pois todos se formarão administradores. A escolha ou determinação da linha de formação específica fica a critério de cada câmpus, podendo ser realizada do vestibular até o quarto semestre.

As vagas a serem preenchidas, independente da linha de formação, com ingresso via vestibular de inverno e verão (conforme a necessidade de cada câmpus), estão assim distribuídas por ano:

- Câmpus de Erechim: 140 vagas anuais
- Câmpus de Frederico Westphalen: 90 vagas anuais
- Câmpus de Santo Ângelo: 100 vagas anuais
- Câmpus de Santiago: 50 vagas anuais
- Câmpus de Cerro Largo: 40 vagas anuais
- Câmpus de São Luiz Gonzaga: 45 vagas anuais

7.1.7 Regime de matrícula

Semestral

7.1.8 Regime do curso

Créditos de 15 horas.

Componentes Curriculares de 2 créditos (30 horas) ou 4 créditos (60 horas).

Modalidade de Ensino Presencial

7.1.9 Turno de funcionamento

Noturno e Diurno/Noturno (a opção entre o Noturno ou Diurno/Noturno fica a critério de cada câmpus).

7.2 CURRÍCULO MÍNIMO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

O currículo mínimo do Curso de Graduação em Administração que habilita ao exercício da profissão de Administrador será constituído das seguintes matérias:

a) FORMAÇÃO BÁSICA:

Análise das Demonstrações Contábeis

Contabilidade Aplicada

Direito de Empresa

Direito Trabalhista e Previdenciário

Economia I

Economia II

Filosofia A

Legislação Tributária

Língua Portuguesa

Metodologia Científica e da Pesquisa

Noções de Ética Profissional

Sociologia

b) FORMAÇÃO PROFISSIONAL:

Teoria Geral da Administração I

Teoria Geral da Administração II

Organização, Sistemas e Métodos

Fundamentos de Marketing

Administração de Recursos Materiais

Administração de Recursos Humanos I
Administração de Recursos Humanos II
Administração de Serviços
Administração da Produção e Operações I
Administração da Produção e Operações II
Administração Financeira
Custos Empresariais
Elaboração e Análise de Projetos I
Empreendedorismo e Formalização do Negócio
Gestão de Vendas
Logística Empresarial
Mercado de Capitais
Orçamento e Análise de Investimentos
Planejamento e Estratégias Empresariais
Sistemas de Informações Gerenciais

c) FORMAÇÃO COMPLEMENTAR:

Economia Brasileira e Regional
Fundamentos do Comércio Exterior
Fundamentos do Agronegócio

d) ESTUDOS QUANTITATIVOS E SUAS TECNOLOGIAS:

Engenharia Econômica e Financeira I
Engenharia Econômica e Financeira II
Estatística
Jogos Empresariais
Matemática Básica

e) PRÁTICA PROFISSIONAL / TRABALHOS DE CONCLUSÃO / ESTÁGIOS:

Estágio de Conclusão de Curso I
Estágio de Conclusão de Curso II

Estágio de Conclusão de Curso III

f) ELETIVOS (DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO E SUAS LINHAS DE FORMAÇÃO ESPECÍFICA):

Administração de Cooperativas
Comportamento Humano nas Organizações
Criatividade e Aprendizagem Organizacional
Espanhol Instrumental I
Espanhol Instrumental II
Estratégias Competitivas Internacionais
Finanças Corporativas
Finanças e Mercados Internacionais
Gestão de Custos no Agronegócio
Gestão de Novas Tecnologias
Gestão do Meio Ambiente
Governança Corporativa
Leitura e Produção Textual
Libras
Língua Inglesa A
Língua Inglesa B
Manifestações da Cultura Popular Regional
Metodologia para Relatórios de Estágios e TCC
Oratória e Persuasão
Pesquisa Operacional
Primeiros Socorros em Atividades Turísticas
Projetos Sociais
Realidade Regional e Comércio Exterior
Responsabilidade Social
Seminários Avançados em Administração
Técnica Profissional em Turismo
Tópicos Contemporâneos em Administração
Turismo Rural

g) ESPECÍFICAS DA LINHA DE FORMAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO:

Consultoria Empresarial
Gerenciamento de Projetos
Gestão da Inovação e da Mudança
Gestão da Qualidade e Produtividade
Gestão de Marketing
Gestão Pública
Modelos de Negociação
Pesquisa de Marketing
Redes de Empresas

h) ESPECÍFICAS DA LINHA DE FORMAÇÃO EM COMÉRCIO INTERNACIONAL:

Economia Internacional, Integração e Globalização
Diferenças Culturais, Usos e Costumes dos Povos
Legislação Aduaneira
Logística Internacional
Marketing Internacional
Sistemática de Exportação
Sistemática de Importação
Técnicas de Negociação Internacional
Teoria e Prática Cambial

i) ESPECÍFICAS DA LINHA DE FORMAÇÃO EM TURISMO:

Administração Hoteleira
Geografia do Turismo
Gestão de Agência de Viagem e Turismo
História Regional Brasileira
Lazer e Recreação no Turismo A
Organização e Serviços em Alimentos e Bebidas
Planejamento e Organização do Turismo
Planejamento, Organização e Comercialização de Eventos

Turismo e Meio Ambiente

j) ESPECÍFICAS DA LINHA DE FORMAÇÃO EM AGRONEGÓCIO:

Administração e Planejamento Rural
Análise de Cadeias Agroindustriais
Certificação de Produtos Agropecuários
Comercialização de Produtos do Agronegócio
Competitividade em Agronegócios
Cooperativismo e Associativismo no Agronegócio
Desenvolvimento Regional e Sustentabilidade
Legislação Agrária e Ambiental
Políticas Agrícolas

l) ESPECÍFICAS DA LINHA DE FORMAÇÃO EM COOPERATIVISMO

Cooperativas de Crédito, Trabalho e Serviços
Cooperativismo e Associativismo
Cooperativismo e Associativismo no Agronegócio
Desenvolvimento Regional e Sustentabilidade
Direito Cooperativista
Economia da Cooperação
Economia Solidária e Terceiro Setor
Marketing no Cooperativismo
Redes de Empresas

7.3 ASSUNTOS INTERDISCIPLINARES

Os Tópicos Emergentes são abordagens que devem permear todo o currículo do curso, não só como um assunto a ser tratado em suas diferentes componentes curriculares de formação profissional, como também em atividades complementares, como seminários, palestras, projetos de pesquisa e extensão, dentre muitas outras formas de enriquecimento do

currículo. Não devem, necessariamente, ser organizados sob a forma de componente curricular específico, eximindo as demais de sua abordagem. Envolvem, necessariamente:

- Desenvolvimento Sustentável
- Direitos Humanos;
- Ecologia e Meio Ambiente;
- Ética;
- Globalização;
- Governança corporativa;
- Inovação;
- Leitura e Redação;
- Mudança contínua;
- Qualidade;
- Raciocínio Lógico;
- Responsabilidade e profissionalismo;
- Responsabilidade social;
- Valores e Princípios;

Os componentes curriculares de Formação Básica e as de Formação Profissional, bem como os Tópicos Emergentes acima mencionados, referem-se à Linha de formação geral em Administração. Essas deverão ser também comuns para as linhas de formação específicas em Comércio Internacional, Turismo, Agronegócio e Cooperativismo.

Objetivando proporcionar uma metodologia que configure uma formação profissional específica, os cursos deverão orientar parte desses diferentes componentes curriculares para aplicação à respectiva especialidade, sem descuidar do perfil, das habilidades e dos conteúdos que são gerais da profissão de Administrador; independentemente de ser especializado em um determinado sistema organizacional ou tipo de organização. Deverão incluir, também, aqueles componentes curriculares que, indispensavelmente, caracterizam a formação específica.

8 METODOLOGIA

O Projeto Pedagógico do Curso de Administração, considerando as características já citadas, poderá apresentar em suas diferentes especificidades, tópicos e temas importantes ao momento de execução, e que poderão ser referentes:

- A inserção do curso no contexto da instituição,
- Ao ambiente, as demandas sociais e as necessidades de desenvolvimento da região.

Para satisfazer a tais especificidades, tendo em vista as peculiaridades locais e regionais e a caracterização do projeto institucional com identidade própria, os cursos poderão acrescentar componentes curriculares obrigatórios ou optativos para comporem os seus currículos específicos.

A integração curricular deverá ser garantida por mecanismos integradores das diversas unidades em que se estrutura o conteúdo e o processo de ensino como um todo, de forma a garantir ao graduando a capacidade de abordagem multidisciplinar, integrada e sistêmica. Dentre esses mecanismos, destaca-se o papel integrador do envolvimento em projetos de investigação científica, atividades de extensão e demais atividades complementares.

A metodologia de ensino das matérias de formação profissional, além dos tradicionais recursos da exposição didática, estudos de caso, dos exercícios práticos em sala de aula, dos estudos dirigidos independentes e seminários, deverá incluir mecanismos que garantam a articulação da vida acadêmica com a realidade concreta da sociedade e os avanços tecnológicos, incluindo alternativas como multimídia, visitas técnicas, teleconferência, fóruns de discussão, chat, parcerias com órgãos e empresas que envolvam alunos supervisionados por professores, participação em atividades de pesquisa e extensão, softwares de gestão e afins *online* e *off-line*, Internet e projetos desenvolvidos com parceiros geograficamente dispersos, via Internet.

A seguir, têm-se a exposição da forma de avaliação do projeto do Curso e do Ensino-Aprendizagem.

8.1 SISTEMA DE AVALIAÇÃO DO PROJETO DO CURSO

O Projeto Político-Pedagógico do Curso de Administração da URI tem avaliado constantemente as mudanças legais da profissão do Administrador e da formação educacional de bacharéis.

Pelo fato do Curso de Administração estar sendo oferecido em uma estrutura multicâmpus, a constante integração e discussão deste Projeto entre as Coordenações de Curso e professores têm se revelado uma prática salutar à evolução da qualidade do mesmo, onde diversas visões e posicionamentos são expostos, considerando as especificidades de cada Câmpus.

Volta-se também ao disposto no Art. 3º, Inciso VIII da Lei nº 10.861, de 14/04/2004, que rege sobre o planejamento e avaliação, especialmente dos processos, resultados e eficácia da auto avaliação institucional. Neste sentido, a URI executa semestralmente, a sua Avaliação Institucional, onde acadêmicos, professores e Coordenação do Curso têm a oportunidade de expor sua avaliação sobre conteúdos, metodologias, e diversos aspectos que são componentes do Projeto Pedagógico, primando pela evolução da qualidade de ensino do Curso.

8.2 SISTEMA DE AVALIAÇÃO DO PROCESSO DE ENSINO E APRENDIZAGEM

A avaliação da aprendizagem deve, como um elemento essencial do ensino de qualidade, observar os seguintes critérios:

- Avaliação contínua e cumulativa do desempenho do aluno, com prevalência dos aspectos qualitativos sobre os quantitativos e dos resultados ao longo do período sobre os de eventuais provas finais;
- Que o processo avaliativo seja orientado para a realimentação do esforço do aluno na medida em que os resultados das atividades de avaliação sejam discutidos a fim de servirem para orientar o seu esforço de aprendizagem, indicando erros e limitações, sugerindo rumos e advertindo sobre riscos e não apenas comunicado aos alunos.

Muito embora os cursos de graduação tenham por função precípua a formação profissionalizante, o que deve caracterizar o seu nível superior é o compromisso com a construção do conhecimento e não apenas a sua transmissão. O domínio do conhecimento é

condição indispensável, mas não suficiente, pois o que lhe dá maior sentido e adequabilidade é o aprender a lidar criativamente com o mesmo, buscando o seu avanço.

Aprender a aprender é condição necessária para que o profissional possa assimilar constantemente as novas técnicas gerenciais e tecnologias de sistemas de produção de bens e serviços. Para tanto, o compromisso construtivo deve estar presente em todas as atividades curriculares, inclusive como projetos de extensão e pesquisa, são práticas que contribuem e são avaliadas no critério de qualidade. A pesquisa também é adotada regularmente como estratégia de ensino, por meio do componente curricular como Metodologia Científica e da Pesquisa, dentre outras, que operacionalizam estas ações.

Assim, o processo de ensino e aprendizagem valoriza mecanismos capazes de desenvolver no aluno a cultura investigativa, metodológica e a postura proativa que lhe permita avançar frente ao desconhecido. Diante de tais mecanismos explicita-se, ainda aqui, a integração do ensino com a pesquisa; os programas de iniciação científica e programas de extensão.

É importante ainda ressaltar que os cursos passam por avaliação externa em momentos de recredenciamento e também através de provas aplicadas pelo MEC como é o caso do Enade.

8.2.1 Critérios para avaliação dos componentes curriculares

Como já salientado, o Curso prima por um processo de avaliação contínuo que contemple a evolução do conhecimento, das habilidades e atitudes do aluno, sendo traduzida em conceitos que demonstrem o nível de aprendizagem.

Especificamente, para cada componente curricular do semestre deste Curso, a interação professor/aluno decorre de aulas expositivas e dialogadas, além de contemplar: Estudos de caso e simulações; seminários com apresentações em grupos; dinâmicas de grupo; aulas práticas com trabalhos domiciliares individuais e em grupos; utilização de outros recursos: vídeos, softwares, periódicos, data show, Internet, laboratórios de informática e laboratórios específicos das linhas de formação; palestras, visitas técnicas e viagens de estudo; pesquisas diversas.

O plano de ensino, desenvolvido e apresentado para cada componente curricular, serve como uma diretriz com exposição de ementa, objetivos, conteúdos programáticos, bibliografia (básica e complementar) e sistema de avaliação. Nesta exposição, o cumprimento de orientações gerais da Instituição sobre aprovação, frequência, avaliação do desempenho escolar, devem ser observadas, cabendo algumas considerações importantes, conforme Regimento Geral da URI:

Art. 77 - O plano de ensino deve conter a indicação dos objetivos de cada disciplina, o conteúdo programático, a carga horária disponível, a metodologia a ser seguida, os critérios de avaliação, o material e as referências bibliográficas necessárias.

Art. 78 - O processo de aprendizagem, guardando íntima relação com a natureza da disciplina, é parte integrante do Plano de Ensino, comportando:

I – avaliação progressiva e cumulativa do conhecimento, mediante verificações parciais ao longo do período letivo em número mínimo de duas, sob a forma de exercícios, trabalhos escolares, arguições, seminários ou outras atividades;

II – verificação da capacidade de domínio do conjunto da disciplina ministrada, por meio de exame final do período, cumprido o respectivo programa.

Art. 79 - A avaliação do desempenho escolar é feita por disciplina, levando em conta o desempenho.

Art. 80 - Para fins de avaliação do desempenho, fica instituída a atribuição de notas de 0 (zero) a 10 (dez).

§ 1º - A média semestral da disciplina, por período letivo, é feita por média aritmética, sendo que para cálculo da mesma, a disciplina deve conter no mínimo 2 (duas) notas de provas e/ou exercícios ou trabalhos escolares, distribuídos proporcionalmente no semestre letivo.

§ 2º - O aluno que obtiver na disciplina uma média igual ou superior a 7 (sete) durante o período letivo e frequência não inferior a 75% (setenta e cinco por cento), é dispensado de exame final desta disciplina.

§ 3º - As médias são apuradas até a primeira decimal, sem arredondamento.

§ 4º - Para obtenção da média final deve ser utilizada a fórmula: $(MS + EF) / 2 =$ (média semestral mais exame final) dividido por dois.

§ 5º - Somente pode prestar exame final o aluno que obtiver a frequência não inferior a 75% (setenta e cinco por cento) e a média final do semestre igual ou superior a 5 (cinco).

§ 6º - O aluno que não prestar exame final por motivo de doença, luto ou gala ou outros previstos em lei, pode prestá-lo em nova data, mediante requerimento encaminhado à Direção Acadêmica, no prazo de 5 (cinco) dias, salvo força maior.

Art. 81 - A aprovação do aluno em cada disciplina, no semestre, depende de ter cumprido, concomitantemente, as seguintes condições:

I – ter obtido frequência não inferior a 75% (setenta e cinco por cento);

II – ter obtido média final de aprovação não inferior a 5 (cinco).

Art. 82 - A atribuição das notas e o controle de frequência são de responsabilidade exclusiva do professor da disciplina.

Parágrafo único. De acordo com a legislação em vigor, as faltas não podem ser abonadas.

8.3 FUNCIONALIDADE DO CURSO: COORDENAÇÃO, NDE, COLEGIADO, CORPO DOCENTE E CORPO DISCENTE.

O Curso de Administração na URI está vinculado a Pró-Reitoria de Ensino, ao Departamento de Ciências Sociais Aplicadas (DCSA) e as respectivas direções dos câmpus.

O Curso é formado pelo corpo discente (alunos) e corpo docente (professores). Sua funcionalidade compreende a obrigatoriedade de um Coordenador do Curso e podendo ainda ter (não obrigatório) coordenadores de atividades internas do curso como por exemplo: coordenador de estágio, coordenador de extensão, coordenador de pesquisa, dentre outros. Também atuam ativamente no curso o Colegiado do Curso formado por professores, coordenação e lideranças das turmas, bem como o Núcleo Docente Estruturante (NDE - Portaria MEC nº 147/2007, Portarias nº 1, 2 e 3/2009- DOU de 06/01/2009), que é constituído em cada curso conforme a legislação vigente e os professores membros do NDE são empossados através de portaria da própria reitoria/direção da Universidade. Cabe ao NDE atuar junto à coordenação do curso buscando constantemente sua melhoria e respaldando ações que venham a engrandecer o Curso.

9 NÚCLEO DE PRÁTICAS ADMINISTRATIVAS, TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO, ESTÁGIOS E ATIVIDADES COMPLEMENTARES

Este item aborda o Trabalho de Conclusão de Curso, os Estágios, o Núcleo de Práticas Administrativas (NPA) e as Atividades complementares.

9.1 NÚCLEO DE PRÁTICAS ADMINISTRATIVAS (NPA)

O Núcleo de Práticas Administrativas (NPA) é uma necessidade dos cursos de Administração na atualidade. Através do NPA é que se pode verificar se o aluno está conseguindo aplicar as competências aprendidas na teoria. Ele desenvolve essas competências aplicando-as na prática através de atividades, onde desenvolve habilidades e atitudes e o corpo docente pode avaliar esse aluno não apenas pelo conhecimento teórico mas através da Avaliação Integrada de Competências (conhecimento, habilidades e atitudes).

Assim, o professor realiza essas avaliações levando em conta não apenas as atividades teóricas e o conhecimento desenvolvido durante as aulas, mas também as habilidades e atitudes práticas percebidas a partir desse conhecimento deflagrado em aula.

Na URI as atividades relacionadas ao NPA se desenvolvem de diversas formas, podendo ser em espaço físico específico de consultoria e assessoria, atividades dentro de empresas que se desencadeiam a partir de desafios propostos em sala de aula, atividades de extensão e pesquisa desenvolvidas pela Universidade na área, parceria com empresas, Associações Comerciais e Industriais (ACIs), CDLs (Câmara de Diretores Lojistas), Sistema S, Órgãos Públicos, Empresas júnior e outras formas de promover as práticas administrativas.

9.2 TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

O Curso de Administração, neste atual Projeto Político-Pedagógico, baseado na Resolução CNE/CES nº 4 de 13/07/2005, publicada no Diário Oficial da União em 19/07/2005, seção 1, p.26, que menciona a não obrigatoriedade do TC – Trabalho de Conclusão, optou também pela não exigência deste. No seu lugar o aluno faz o Estágio de

Conclusão de Curso I, II e III e apresenta-os em banca e entrega este trabalho em forma de relatório e estes são arquivados na Universidade como prova documental da realização do trabalho.

9.3 ESTÁGIOS OBRIGATÓRIOS E NÃO OBRIGATÓRIOS

Nesse capítulo trata-se dos estágios supervisionados obrigatórios e dos estágios não obrigatórios.

9.3.1 Estágios curriculares supervisionados e obrigatórios

Os Estágios Curriculares Supervisionados, neste Plano Pedagógico apresentados como Estágio de Conclusão de Curso I, II e III, são concebidos como conteúdos curriculares implementadores do perfil do formando, consistindo numa atividade obrigatória, mas diversificada, tendo em vista a consolidação prévia dos desempenhos profissionais desejados. Obedecem os ditames da Resolução CNE/CES nº 4 de 13/07/2005, publicada no Diário Oficial da União em 19/07/2005, seção 1, p.26.

Pelo seu caráter implementador de desempenho profissional, antes mesmo de se considerar concluído o curso, é necessário que, à proporção que os resultados do estágio forem sendo verificados, interpretados e avaliados, o estagiário esteja consciente do seu atual perfil. Nessa fase, para que ele próprio reconheça a necessidade da retificação da aprendizagem, nos conteúdos em que revelar equívocos ou insegurança de domínio, e da própria reprogramação da prática, assegurando-lhe, nessa reorientação e reprogramação teórico-prática, o direito subjetivo constitucional ao padrão de qualidade, que se revelará no exercício profissional, já no âmbito das instituições sociais.

Atendendo à proposta deste projeto, o estágio está programado em três etapas a seguir apresentadas, totalizando 300 horas, que são contabilizadas na carga horária total do Curso:

- Estágio de Conclusão de Curso I (120 horas)
- Estágio de Conclusão de Curso II (60 horas)
- Estágio de Conclusão de Curso III (120 horas)

O estágio supervisionado conta com orientador interno na própria empresa/organização onde o aluno fará o estágio. Esse orientador interno é alguém designado pela direção da empresa/organização para receber os estagiários na empresa e acompanhar as atividades desenvolvidas por estes, supervisionando e fazendo a ligação do estagiário com a empresa, sempre que necessário.

Além disso, a Universidade, através do curso destina um Professor Orientador, para fazer a orientação acadêmica e representar a relação Universidade e Empresa. Esse professor orientador terá encontros semanais ou quinzenais com o aluno destinando ao menos uma hora semanal para a orientação de cada trabalho de estágio.

Através de controles de frequência e devidamente preenchidos e assinados os estagiários deverão comprovar, no final do semestre, que frequentaram regularmente a empresa onde fizeram estágios bem como de que tiveram reunidos com o professor orientador. Para cada caso o mínimo necessário de encontros comprovados é de oito por semestre.

Também a Universidade destinará um Coordenador de Estágio do Curso que pode ser o próprio Coordenador do Curso ou outro professor por ele designado para tal função. O Coordenador de Estágio dará as orientações gerais para os alunos e professores orientadores e supervisionará as atividades desenvolvidas de modo a garantir que o que está previsto nesse Plano Pedagógico e no Manual de Estágio seja cumprido e zelado.

O estágio supervisionado a ser desenvolvido pelos alunos pode ser feito individualmente ou em dupla. No final de cada estágio entrega-se material impresso e faz-se a defesa desse trabalho em banca formada por no mínimo o orientador e mais dois professores.

As normas e diretrizes do Estágio Supervisionado em Administração estão regulamentadas em documentos próprios, através do Manual de Estágio de Conclusão de Curso I, II e III.

9.3.2 Estágios não obrigatórios

Levando em conta a Lei 11.788 de 25 de Setembro de 2008, descreve-se a seguir as diversas áreas que o estudante de administração pode estagiar nos chamados estágios não obrigatórios remunerados ou não. Baseado neste Projeto Pedagógico do Curso de Administração e o que prevê o Conselho Federal de Administração (CFA, 2011), o aluno pode auxiliar, como estagiário nas seguintes áreas e atividades relacionadas à gestão:

- Auxiliar em atividades relacionadas com Gestão de Pessoas: Cargos e Salários; Controle de Pessoal; Coordenação de Pessoal; Desenvolvimento de Pessoal; Interpretação de Performances; Locação de Mão de Obra; Pessoal Administrativo; Pessoal de Operações; Recrutamento; Seleção; Treinamento; Recursos Humanos.
- Auxiliar em atividades relacionadas com Organização e Métodos, Programas de Trabalho e Análise de Sistemas: Administração de Empresas; Análise de Formulários; Análise de Métodos; Análise de Processos; Análise de Sistemas; Assessoria Administrativa; Assessoria Empresarial; Assistência Administrativa; Auditoria Administrativa; Consultoria Administrativa; Controle Administrativo; Gerência Administrativa e de Projetos; Implantação de Controle e de Projetos; Implantação de Estruturas Empresariais; Implantação de Métodos e Processos; Implantação de Planos; Implantação de Serviços; Implantação de Sistemas; Organização Administrativa; Organização de Empresa; Organização e Implantação de Custos; Pareceres Administrativos; Perícias Administrativas; Planejamento Empresarial; Planos de Racionalização e Reorganização; Processamento de Dados/Informática; Projetos Administrativos; Racionalização.
- Auxiliar em atividades relacionadas com Orçamento: Controle de Custos; Controle e Custo Orçamentário; Elaboração de Orçamento Empresarial; Implantação de Sistemas; Projeções; Provisões e Previsões;
- Auxiliar em Atividades de Administração de Material e de Logística: Administração de Estoque; Assessoria de Compras; Assessoria de Estoques; Assessoria de Materiais; Catalogação de Materiais; Codificação de Materiais; Controle de Materiais; Estudo de Materiais; Logística; Orçamento e Procura de Materiais; Planejamento de Compras; Sistemas de Suprimento; logística de transportes;
- Auxiliar em atividades relacionadas com Administração Financeira: Análise Financeira; Apuração do E.V.A. (*Economic Value Added*); Assessoria Financeira; Assistência Técnica Financeira; Consultoria Técnica Financeira; Diagnóstico Financeiro; Orientação Financeira; Pareceres de Viabilidade Financeira; Projeções Financeiras; Projetos Financeiros; Sistemas Financeiros; Administração de Bens e Valores; Administração de Capitais; Controladoria; Controle de Custos; Levantamento de Aplicação de Recursos; Arbitragens; Controle de Bens Patrimoniais; Participação em outras Sociedades - (*Holding*); Planejamento de Recursos; Plano de Cobrança; Projetos de Estudo e Preparo para Financiamento;

- Auxiliar em atividades relacionadas com Marketing: Administração de Vendas; Canais de Distribuição; Consultoria Promocional; Coordenação de Promoções; Estudos de Mercado; Informações Comerciais - Extra – Contábeis; Marketing; Pesquisa de Mercado; Pesquisa de Desenvolvimento de Produto; Planejamento de Vendas; Promoções; Técnica Comercial; Técnica de Varejo (grandes magazines);
- Auxiliar em atividades relacionadas com Administração de Produção e Operações: Controle de Produção; Pesquisa de Produção; Planejamento de Produção; Planejamento e Análise de Custo;
- Auxiliar em atividades relacionadas com Relações Industriais e Intraempresarial
- Auxiliar em atividades relacionadas com Campos Considerados como Desdobramentos ou Conexos:

Administração de Consórcio; Administração de Comércio Exterior; Administração de Cooperativas; Administração Hospitalar; Administração de Condomínios; Administração de Imóveis; Sistemas de Informações Gerenciais; Administração Rural; Administração Hoteleira; *Factoring*; Gestão de Atividades Turística; Gestão de Serviços; Gestão Pública; Gestão de Redes de Empresas; Gestão do Terceiro Setor; Gestão de Empreendimentos da Economia Solidária; Pesquisa em área da Administração.

Os demais detalhes do funcionamento desse tipo de estágio estão regulamentados pela Lei 11.788 de 25 de Setembro de 2008.

9.4 ATIVIDADES COMPLEMENTARES

As atividades complementares devem possibilitar o reconhecimento por avaliação de habilidades e competências do aluno, inclusive adquiridas fora do ambiente escolar, hipóteses em que o aluno alargará o seu currículo com experimentos e vivências acadêmicas, internos ou externos ao curso, não se confundindo estágio curricular supervisionado com a amplitude e a rica dinâmica das Atividades Complementares.

As Atividades Complementares, assim, orientam-se a estimular a prática de estudos independentes, transversais, opcionais, de interdisciplinaridade, de permanente e contextualizada atualização profissional específica, sobretudo nas relações com o mundo do trabalho, estabelecidas ao longo do curso, notadamente integrando-as às diversas peculiaridades regionais e culturais.

Nesse sentido, as Atividades Complementares podem incluir participações em projetos de pesquisa, monitoria, Semanas Acadêmicas, Cursos, Palestras na área, Eventos sobre o assunto, iniciação científica, projetos e cursos de extensão, jornadas, mostras científicas e de extensão, módulos temáticos, seminários, trabalhos voluntários, viagens técnicas, simpósios, congressos, conferências, dentre outros, conforme a Resolução nº 847/CUN/2005. Também, componentes curriculares oferecidos por outras instituições de ensino ou componentes curriculares oferecidos pela própria URI e que não fazem parte dos componentes curriculares obrigatórios para sua formação no curso ou de regulamentação e supervisão do exercício profissional, ainda que esses conteúdos não estejam previstos no currículo pleno de uma determinada instituição, mas nele podem ser aproveitados porque circulam em um mesmo currículo, de forma interdisciplinar e se integram com os demais conteúdos realizados.

O aluno deve cumprir 150 (cento e cinquenta) horas em Atividades Complementares, e sua comprovação será pela anuência do Coordenador do Curso, por meio de comprovação de participação, podendo este ser de diferentes naturezas. Cabe salientar que o DCSA (Departamento de Ciências Sociais Aplicadas) dispõe de normativa própria para o regimento destas atividades.

Para fins de formalização das Atividades Complementares (A.C.) e seu aproveitamento tem como regra o que segue:

- Atividades previstas como A.C. nesse plano pedagógico, promovidas ou apoiada pelo Curso podem ter aproveitamento de até 100% de sua carga horária, ficando a análise sob a responsabilidade do coordenador do curso;
- Atividades previstas como A.C. nesse plano pedagógico, não promovidas ou não apoiadas pelo Curso, aproveitar até no máximo 80%;
- Atividades de A.C. que não estejam claramente previstas nesse plano pedagógico, promovidas pela URI, que após analisadas foram consideradas pertinentes e relacionadas com o Curso, aproveitar até no máximo 60%;
- Atividades de A.C., que não estejam claramente previstas nesse plano pedagógico, promovidas por outras entidades, que após analisadas foram consideradas pertinentes e relacionadas com o Curso, aproveitar até no máximo 50%;
- Atividades de A.C., que não estejam claramente previstas nesse plano pedagógico, promovidas pela URI ou outras entidades, que após analisadas foram consideradas

pertinentes e que tem relação com a formação humana e de cidadania, aproveitar até no máximo 40%;

- Atividades de A.C. feitas na modalidade online ou EAD, aproveitar no máximo 20%;
- Para ser aproveitado como A.C. é responsabilidade do aluno apresentar junto a Coordenação do Curso os comprovantes de realização destas atividades como Certificados, Declarações, Atestados e outros.

10 CURRÍCULO PLENO

A seguir, apresentam-se as estruturas dos currículos do Curso de Administração em duas modalidades. A primeira desenvolve-se em Nove Módulos e a Segunda em Oito, sendo cada Módulo equivalente á um Semestre. Também nela constam as diversas linhas específicas e seus componentes curriculares, bem como os componentes curriculares eletivos.

10.1 CURRÍCULO PLENO SEMESTRALIZADO: 9 SEMESTRES (NOTURNO)

MÓDULO 1

Código	Componente Curricular	Horas		Total	Créditos	Pré-requisitos
		Teoria	Prática			
67-102	Teoria Geral da Administração I	60	0	60	4	-
81-101	Língua Portuguesa	60	0	60	4	-
10-105	Matemática Básica	60	0	60	4	-
73.227	Sociologia	30	0	30	2	
60.582	Empreendedorismo e Formalização do Negócio	30	0	30	2	-
60-257	Economia I	60	0	60	4	-
TOTAL		300	0	300	20	-

MÓDULO 2

Código	Componente Curricular	Horas		Total	Créditos	Pré-requisitos
		Teoria	Prática			
67-103	Teoria Geral da Administração II	60	0	60	4	-
60.417	Fundamentos do Com.Exterior	30	0	30	2	-
60.418	Fundamentos do Agronegócio	30	0	30	2	-
10-103	Estatística	60	0	60	4	-
60-258	Economia II	60	0	60	4	-
72-271	Metodologia Científica e da Pesquisa	60	0	60	4	-
TOTAL		300	0	300	20	-

MÓDULO 3

Código	Componente Curricular	Horas		Total	Créditos	Pré-requisitos
		Teoria	Prática			
60.457	Contabilidade Aplicada	60	0	60	4	-
60-276	Fundamentos do Marketing	60	0	60	4	-
60.599	Engenharia Econômica e Financeira I	60	0	60	4	-
60-413	Direito de Empresa	60	0	60	4	-
60-592	Administração de Serviços	60	0	60	4	-
TOTAL		300	0	300	20	-

MÓDULO 4

Código	Componente Curricular	Horas		Total	Créditos	Pré-requisitos
		Teoria	Prática			
60-268	Adm. de Recursos Materiais	60	0	60	4	-
60-144	Análise das Demonstrações Contábeis	60	0	60	4	-
60-255	Direito Trabalhista Previdenciário	30	0	30	2	-
60.600	Engenharia Econômica e Financeira II	60	0	60	4	-
60.254	Legislação Tributária	30	0	30	2	-
67-110	Adm. de Recursos Humanos I	60	0	60	4	-
TOTAL		300	0	300	20	-

MÓDULO 5

Código	Componente Curricular	Horas		Total	Créditos	Pré-requisitos
		Teoria	Prática			
60-261	Organização, Sistemas e Métodos	60	0	60	4	-
67-111	Adm. de Recursos Humanos II	60	0	60	4	-
60.412	Custos Empresariais	60	0	60	4	-
	Específico I	60	0	60	4	-
	Específico II	60	0	60	4	-
TOTAL		300	0	300	20	-

MÓDULO 6

Código	Componente Curricular	Horas		Total	Créditos	Pré-requisitos
		Teoria	Prática			
67-112	Administração Financeira	60	0	60	4	-
60-272	Adm. da Produção e Operações I	60	0	60	4	-
	Eletivo I	30	0	30	2	-
60.455	Gestão de Vendas	30	0	30	2	-
	Específico III	30	0	30	2	-
	Específico IV	30	0	30	2	-
	Específico V	60	0	60	4	-
TOTAL		300	0	300	20	-

MÓDULO 7

Código	Componente Curricular	Horas		Total	Créditos	Pré-requisitos
		Teoria	Prática			
60-264	Logística Empresarial	60	0	60	4	-
60.454	Sistema de Informações Gerencial	30	0	30	2	-
60-263	Orçamento e Análise de Investimentos	60	0	60	4	-
	Específico VI	30	0	30	2	-
60-273	Adm. da Produção e Operações II	60	0	60	4	-
60.585	Estágio de Conclusão de Curso I	0	120	120	8	*
TOTAL		240	120	360	24	-

* Pré-requisito para matricular-se em Estágio de Conclusão de Curso I: ter sido aprovado ou estar cursando: Organização, Sistemas e Métodos; Administração de Recursos Materiais; Administração de Recursos Humanos I; Administração Financeira; Específico I.

MÓDULO 8

Código	Componente Curricular	Horas		Total	Créditos	Pré-requisitos
		Teoria	Prática			
67-133	Elaboração e Análise de Projetos I	60	0	60	4	-
60.414	Economia Brasileira e Regional	30	0	30	2	-
60.420	Planejamento e Estratégias Empresariais	60	0	60	4	-
	Específico VII	60	0	60	4	-
	Específico VIII	60	0	60	4	-
	Eletivo II	30	0	30	2	-
60.586	Estágio de Conclusão de Curso II	0	60	60	4	**
TOTAL		300	60	360	24	-

** Pré-requisito para matricular-se em Estágio de Conclusão de Curso II: ter sido aprovado em Estágio de Conclusão de Curso I.

MÓDULO 9

Código	Componente Curricular	Horas		Total	Créditos	Pré-requisitos
		Teoria	Prática			
67-145	Noções de Ética Profissional	30	0	30	2	-
67-209	Mercado de Capitais	30	0	30	2	-
60-265	Jogos Empresariais	30	0	30	2	-
70-439	Filosofia A	30	0	30	2	-
	Específico IX	30	0	30	2	-
	Eletivo III	30	0	30	2	-
60.594	Estágio de Conclusão de Curso III	0	120	120	8	***
TOTAL		180	120	300	20	-

*** Pré-requisito para matricular-se em Estágio de Conclusão de Curso III: ter sido aprovado em Estágio de Conclusão de Curso II.

10.2 CURRÍCULO PLENO SEMESTRALIZADO: 8 SEMESTRES (NOTURNO/DIURNO)

MÓDULO 1

Código	Componente Curricular	Horas		Total	Créditos	Pré-requisitos
		Teoria	Prática			
67-102	Teoria Geral da Administração I	60	0	60	4	-
81-101	Língua Portuguesa	60	0	60	4	-
10-105	Matemática Básica	60	0	60	4	-
60.582	Empreendedorismo e Formalização do Negócio	30	0	30	2	-
73-227	Sociologia	30	0	30	2	-
60-257	Economia I	60	0	60	4	-
TOTAL		300	0	300	20	

MÓDULO 2

Código	Componente Curricular	Horas		Total	Créditos	Pré-requisitos
		Teoria	Prática			
60-258	Economia II	60	0	60	4	-
10-103	Estatística	60	0	60	4	-
60-418	Fundamentos do Agronegócio	30	0	30	2	-
67-103	Teoria Geral da Administração II	60	0	60	4	-
60-592	Administração de Serviços	60	0	60	4	-
60-255	Direito Trabalhista e Previdenciário	30	0	30	2	-
72-271	Metodologia Científica e da Pesquisa	60	0	60	4	-
TOTAL		360	0	360	24	-

MÓDULO 3

Código	Componente Curricular	Horas		Total	Créditos	Pré-requisitos
		Teoria	Prática			
60-457	Contabilidade Aplicada	60	0	60	4	-
60-413	Direito de Empresa	60	0	60	4	-
60-414	Economia Brasileira e Regional	30	0	30	2	-
60-417	Fundamentos do Comércio Exterior	30	0	30	2	-
60-276	Fundamentos de Marketing	60	0	60	4	-
60.599	Engenharia Econômica e Financeira I	60	0	60	4	-
60-261	Organização, Sistemas e Métodos	60	0	60	4	-
TOTAL		360	0	360	24	-

MÓDULO 4

Código	Componente Curricular	Horas		Total	Créditos	Pré-requisitos
		Teoria	Prática			
60-144	Análise das Demonstrações Contábeis	60	0	60	4	-
60-268	Administração de Recursos Materiais	60	0	60	4	-
60.600	Engenharia Econômica e Financeira II	60	0	60	4	-
60.254	Legislação Tributária	30	0	30	2	-
	Eletivo I	30	0	30	2	-
	Específico I	60	0	60	4	-
	Específico II	60	0	60	4	-
TOTAL		360		360	24	-

MÓDULO 5

Código	Componente Curricular	Horas		Total	Créditos	Pré-requisitos
		Teoria	Prática			
67-110	Administração de Recursos Humanos I	60	0	60	4	-
67-112	Administração Financeira	60	0	60	4	-
60-272	Administração da Produção e Operações I	60	0	60	4	-
60-412	Custos Empresariais	60	0	60	4	-
	Específico III	30	0	30	2	-
	Específico IV	30	0	30	2	-
	Específico V	60	0	60	4	-
TOTAL		360		360	24	-

MÓDULO 6

Código	Componente Curricular	Horas		Total	Créditos	Pré-requisitos
		Teoria	Prática			
67-111	Administração de Recursos Humanos II	60	0	60	4	-
60-273	Administração da Produção e Operações II	60	0	60	4	-
60-455	Gestão de Vendas	30	0	30	2	-
60-420	Planejamento e Estratégias Empresariais	60	0	60	4	-
60.585	Estágio de Conclusão de Curso I	0	120	120	8	*
	Específico VI	30	0	30	2	-
TOTAL		240	120	360	24	-

* Pré-requisito para matricular-se em Estágio de Conclusão de Curso I: ter sido aprovado ou estar cursando: Organização, Sistemas e Métodos; Administração de Recursos Materiais; Administração de Recursos Humanos I; Administração Financeira; Específico I.

MÓDULO 7

Código	Componente Curricular	Horas		Total	Créditos	Pré-requisitos
		Teoria	Prática			
60-264	Logística Empresarial	60	0	60	4	
	Específico VII	60	0	60	4	-
70-439	Filosofia A	30	0	30	2	-
60-263	Orçamento e Análise de Investimentos	60	0	60	4	-
60-454	Sistema de Informações Gerenciais	30	0	30	2	-
67-209	Mercado de Capitais	30	0	30	2	-
	Eletivo II	30	0	30	2	-
60.586	Estágio de Conclusão de Curso II	0	60	60	4	**
TOTAL		300	60	360	24	-

** Pré-requisito para matricular-se em Estágio de Conclusão de Curso III: ter sido aprovado em Estágio de Conclusão de Curso I.

MÓDULO 8

Código	Componente Curricular	Horas		Total	Créditos	Pré-requisitos
		Teoria	Prática			
	Específico VIII	60	0	60	4	-
67-133	Elaboração e Análise de Projetos I	60	0	60	4	-
	Eletivo III	30	0	30	2	
67-145	Noções de Ética Profissional	30	0	30	2	
60-265	Jogos Empresariais	30	0	30	2	-
	Específico IX	30	0	30	2	-
60.594	Estágio de Conclusão de Curso III	0	120	120	8	***
TOTAL		240	120	360	24	-

*** Pré-requisito para matricular-se em Estágio de Conclusão de Curso III: ter sido aprovado em Estágio de Conclusão de Curso II.

10.3 RELAÇÃO DOS COMPONENTES CURRICULARES ELETIVOS

Código	Componente Curricular	Horas	Total	Créditos	Pré-requisitos
60-421	Administração de Cooperativas	30	30	2	-
70-666	Comportamento Humano nas Organizações	30	30	2	-
60-271	Criatividade e Aprendizagem Empresarial	30	30	2	-
80-135	Espanhol Instrumental I	30	30	2	-
80-136	Espanhol Instrumental II	30	30	2	-
60-354	Estratégias Competitivas Internacionais	30	30	2	-
60-587	Finanças Corporativas	30	30	2	-
60-357	Finanças e Mercados Internacionais	30	30	2	-
60-375	Gestão de Custos no Agronegócio	30	30	2	-
60-588	Gestão de Novas Tecnologias	30	30	2	-
60-589	Governança Corporativa	30	30	2	-
60-423	Gestão do Meio Ambiente	30	30	2	-
81-360	Leitura e Produção Textual	30	30	2	-
80-174	Libras – Língua Brasileira dos Sinais	30	30	2	-
80-137	Língua Inglesa A	30	30	2	-
80-138	Língua Inglesa B	30	30	2	-
60-425	Manifestações da Cultura Popular Regional	30	30	2	-
81-343	Metodologia para Relatório de Estágio e TCC	30	30	2	-
80-210	Oratória e Persuasão	30	30	2	-
60-426	Pesquisa Operacional	30	30	2	-
40-437	Primeiros Socorros em Ativ. Turísticas	30	30	2	-
60-590	Projetos Sociais	30	30	2	-
60-591	Responsabilidade Social	30	30	2	-
60-359	Realidade Regional e Comércio Exterior	30	30	2	-
60-593	Seminários Avançados em Administração	30	30	2	-
60-427	Técnica Profissional em Turismo	30	30	2	-
60-285	Tópicos Contemporâneos em Administração	30	30	2	-
60-445	Turismo Rural	30	30	2	-

10.4 RELAÇÃO DOS COMPONENTES CURRICULARES DA LINHA ESPECÍFICA DE ADMINISTRAÇÃO

	Código	Componente Curricular	Horas	Total	Créditos	Pré-requisitos
I	60-437	Redes de Empresas	60	60	4	-
II	60-435	Gestão de Marketing	60	60	4	-
III	60-267	Modelos de Negociação	30	30	2	-
IV	60-280	Gestão da Qualidade e Produtividade	30	30	2	-
V	60-433	Consultoria Empresarial	60	60	4	-
VI	60-584	Pesquisa de Marketing	30	30	2	-
VII	60-583	Gestão da Inovação e da Mudança	60	60	4	-
VIII	60-394	Gestão Pública	60	60	4	-
IX	60-434	Gerenciamento de Projetos	30	30	2	-

10.5 RELAÇÃO DOS COMPONENTES CURRICULARES DA LINHA ESPECÍFICA DE COMÉRCIO INTERNACIONAL

	Código	Componente Curricular	Horas	Total	Créditos	Pré-requisitos
I	60-344	Sistemática de Exportação	60	60	4	-
II	60-345	Sistemática de Importação	60	60	4	-
III	60-347	Economia Internacional, Globalização e Integração	30	30	2	-
IV	60-355	Técnicas de Negociação Internacional	30	30	2	-
V	67-174	Teoria e Prática Cambial	60	60	4	-
VI	60-351	Legislação Aduaneira	30	30	2	-
VII	67-220	Marketing Internacional	60	60	4	-
VIII	60-428	Logística Internacional	60	60	4	-
IX	60-360	Diferenças Culturais, Usos e Costumes dos Povos	30	30	2	-

10.6 RELAÇÃO DOS COMPONENTES CURRICULARES DA LINHA ESPECÍFICA DE TURISMO

	Código	Componente Curricular	Horas	Total	Créditos	Pré-requisitos
I	60-330	Gestão de Agência de Viagem e Turismo	60	60	4	-
II	70-109	História Regional Brasileira	60	60	4	-
III	60-430	Planejamento e Organização do Turismo	30	30	2	-
IV	60-429	Lazer e Recreação no Turismo A	30	30	2	-
V	70-114	Geografia do Turismo	60	60	4	-
VI	60-331	Planejamento, Organização e Comercialização de Eventos	30	30	2	-
VII	60-431	Turismo e Meio Ambiente	60	60	4	-
VIII	60-392	Administração Hoteleira	60	60	4	-
IX	60-393	Organização e Serviços em Alimentos e Bebidas	30	30	2	-

10.7 RELAÇÃO DOS COMPONENTES CURRICULARES DA LINHA ESPECÍFICA DE AGRONEGÓCIO

	Código	Componente Curricular	Horas	Total	Créditos	Pré-requisitos
I	60-452	Análise de Cadeias Agroindustriais	60	60	4	-
II	60-441	Competitividade em Agronegócios	60	60	4	-
III	60-442	Cooperativismo e Associativismo no Agronegócio	30	30	2	-
IV	60-444	Legislação Agrária e Ambiental	30	30	2	-
V	60-438	Adm. e Planejamento Rural	60	60	4	-
VI	60-446	Políticas Agrícolas	30	30	2	-
VII	60-440	Comercialização de Produtos do Agronegócio	60	60	4	-
VIII	60-443	Desenv. Regional e Sustentabilidade	60	60	4	-
IX	50-167	Certificação de Produtos Agropecuários	30	30	2	-

10.8 RELAÇÃO DOS COMPONENTES CURRICULARES DA LINHA ESPECÍFICA DE COOPERATIVISMO

	Código	Componente Curricular	Horas	Total	Créditos	Pré-requisitos
I	60-379	Cooperativismo e Associativismo	60	60	4	-
II	60-437	Redes de Empresas	60	60	4	-
III	60-448	Direito Cooperativista	30	30	2	-
IV	60-442	Cooperativismo e Associativismo no Agronegócio	30	30	2	-
V	60-449	Economia da Cooperação	60	60	4	-
VI	60-447	Cooperativas de Crédito, Trabalho e Serviços	30	30	2	-
VII	60-450	Economia Solidária e Terceiro Setor	60	60	4	-
VIII	60-443	Desenvolvimento Regional e Sustentabilidade	60	60	4	-
IX	60-451	Marketing no Cooperativismo	30	30	2	-

10.9 RELAÇÃO DOS COMPONENTES CURRICULARES ESPECÍFICOS POR ÁREAS:

	Linha Administração	Linha Comércio Internacional	Linha Turismo	Linha Agronegócio	Linha Cooperativismo
I	Redes de Empresas	Sistemática de Exportação	Gestão de Agência de Viagem e Turismo	Análise de Cadeias Agroindustriais	Cooperativismo e Associativismo
II	Gestão de Marketing	Sistemática de Importação	História Regional Brasileira	Competitividade em Agronegócio	Redes de Empresas
III	Modelos de Negociação	Economia Internacional, Globalização e Integração	Planejamento e Organização do Turismo	Cooperativismo e Associativismo no Agronegócio	Direito Cooperativista
IV	Gestão da Qualidade e Produtividade	Técnicas de Negociação Internacional	Lazer e Recreação no Turismo A	Legislação Agrária e Ambiental	Cooperativismo e Associativismo no Agronegócio
V	Consultoria Empresarial	Teoria e Prática Cambial	Geografia do Turismo	Administração e Planejamento Rural	Economia da Cooperação
VI	Pesquisa de Marketing	Legislação Aduaneira	Planejamento, Organização e Comercialização de Eventos	Políticas Agrícolas	Cooperativas de Crédito, Trabalho e Serviços
VII	Gestão da Inovação e da Mudança	Marketing Internacional	Turismo e Meio Ambiente	Comercialização de Produtos do Agronegócio	Economia Solidária e Terceiro Setor
VIII	Gestão Pública	Logística Internacional	Administração Hoteleira	Desenvolvimento Regional e Sustentabilidade	Desenvolvimento Regional e Sustentabilidade
IX	Gerenciamento de Projetos	Diferenças Culturais, Usos e Costumes dos Povos	Organização e Serviços em Alimentos e Bebidas	Certificação de Produtos Agropecuários	Marketing no Cooperativismo

11 PLANOS DE ENSINO

A partir desta seção, o Projeto Pedagógico do Curso de Administração menciona os planos de ensino. Como são dois currículos, os componentes curriculares estão em ordem alfabética. Para maior rapidez na procura dos componentes curriculares, consultar o Sumário.

11.1 ADMINISTRAÇÃO DA PRODUÇÃO E OPERAÇÕES I

Componente Curricular: Administração da Produção e Operações I

Código: 60.272

Currículo 9 semestres: Sexto **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Quinto **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Introdução à administração da produção. Planejamento da Capacidade. Decisões sobre Localização de Fábrica. Projeto do Produto. Planejamento e Análise de Processos. Arranjo Físico de Instalações. Projeto e Medida do Trabalho.

Objetivos:

Conhecer o processo de organização da empresa industrial ou de serviços, desde a etapa de dimensionamento da sua capacidade de produção até o estabelecimento do projeto de trabalho. Analisar e relacionar a função produção dentro de uma visão sistêmica, desenvolvendo os conceitos de visão sistêmica e metodologias para estruturar o processo produtivo.

Conteúdo Programático:

1 Introdução a Administração da Produção

Conceito

Evolução

Funções gerenciais da produção

O sistema de produção: tipos de sistema de produção

Relacionamento sistêmico da produção com as demais áreas da empresa

Planejamento estratégico da produção

O processo de tomada de decisão em administração da produção

Tendências atuais do gerenciamento de produção

2 Planejamento da Capacidade

Aspectos gerais

Importância das decisões sobre capacidade

Medida da capacitação

Expansão da capacidade

Avaliação econômica de alternativas de capacidade

Planejamento de equipamentos e de mão de obra

Utilização estratégica da capacidade da empresa

3 Decisões sobre Localização da Empresa

A visão estratégica do processo de localização

Importância das Decisões sobre localização

Planejamento do local

Fatores que influenciam no processo de localização

Tipos de instalações: bens versus serviços

Avaliação de alternativas de localização

4 Projeto do Produto e Planejamento e Análise de Processos

O ciclo de vida de um produto

Planejamento de bens e serviços

Desenvolvimento do projeto do produto

Atividade de Planejamento de processo

Adaptação do produto ao processo

Confiabilidade de produtos

Projeto de serviços

5 Arranjo Físico

Aspectos gerais

Princípios de arranjo físico

Tipos básicos de arranjo físico

O estudo e a implantação do arranjo físico

Fatores que influenciam no arranjo físico

Planejamento do arranjo físico
Métodos de realização do arranjo físico
Utilização estratégica do arranjo físico

6 Projeto e Medida do Trabalho

Aspectos gerais
Histórico
Estratégia de utilização da mão de obra
Projeto de trabalho e satisfação de trabalhos
Análise de métodos de trabalho
Medida do trabalho

7 Atualidades, novidades e tendências na área

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

GAITHER, N.; FRAIZIER, G. Administração da Produção e Operações. São Paulo: Pioneira, 2001.

MOREIRA, D. A. Administração da Produção e Operações 2ª ed. revisada e ampliada.. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

JACOBS, F. Robert; CHASE, Richard B. Administração da produção e operações: o essencial. Porto Alegre: Bookman, 2009.

Bibliografia Complementar:

KRAJEWSKI, Lee J.; RITSMAN, Larry P.; MALHOTRA, Naresh K. Administração de Produção e Operações. 8.ed São Paulo, SP: Pearson Prentice Hall, 2009.

RUSSOMANO, V. H. PCP: Planejamento e Controle da Produção. São Paulo: Pioneira, 2000.

SLACK, Nigel; CHAMBERS, Stuart; JOHNSTON ROBERT. . Administração da Produção. 2.ed São Paulo: Atlas, 2002

STEVENSON, William J. Administração das operações da produção. 6.ed Rio de Janeiro: LTC, 2001.

DAVIS, M. M. et. all. Fundamentos da Administração da Produção. 3º ed. Porto alegre: Bookmam, 2001.

11.2 ADMINISTRAÇÃO DE PRODUÇÃO E OPERAÇÕES II

Componente Curricular: Administração de Produção e Operações II

Código: 60-273

Currículo 9 semestres: Sétimo **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Sexto **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Comando do processo produtivo. Planejamento, programação e controle da produção, medidas de produtividade. Manutenção. Controle de qualidade. Sistemas alternativos de produção.

Objetivos:

Desenvolver conceitos e metodologia para operacionalizar e avaliar o processo produtivo, buscando a sua racionalização com as modernas técnicas de planejamento e controle da produção. Apresentar para a transformação das estratégias empresariais em decisões e ações do âmbito da Administração da Produção, que conduzam à consecução dos objetivos propostos pela empresa.

Conteúdo Programático:

1 Fases do Planejamento e Controle da Produção

Previsão de demanda

Aspectos gerais

Objetivos e usos da previsão

Métodos de previsão

2 Planejamento

Objetivos do planejamento da produção

Fases do planejamento da produção

Planejamento agregado

Definições do planejamento agregado

Etapas do planejamento agregado

Métodos de montagem do planejamento agregado

3 Programação da Produção

O programa mestre da produção

Objetivos da programação da produção

Estratégia da programação e diretrizes

Fases da programação da produção

Gráficos e cartas da programação

Métodos de programação matemática

Controle da produção

Conceito, objetivos do controle de produção

Fases do controle da produção

Métodos de controle da produção

Principais tipos de controle da produção

4 Pert/CPM

Definições

Representações da Rede

Cálculo da duração

5 Medidas de Produtividade

Aspectos gerais

Formulação geral da produtividade

Razões para monitorar a produtividade

Medida de produção

Medida de insumos

Produtividade na área de serviços

Indicadores

6 Manutenção

Objetivos da manutenção

Tipos de manutenção
Custos da manutenção preventiva e corretiva
Aspectos gerais
Manutenção produtiva total
Considerações gerenciais na implementação

7 Controle de Qualidade

Definição de qualidade
Ciclo de controle de qualidade
Custos de controle de qualidade
Medidas de qualidade de bens e serviços
Controle estático da qualidade

8 Just in Time

Filosofia
Síntese do sistema
Estruturação
Controles

9 A Prática da Administração da Produção

O Comando do “Chão de fábrica”
O dia a dia da Produção
Produção versus metas e indicadores de produção e produtividade
Turnos de trabalho, troca de turnos, rotatividade
Ambientes insalubres, perigos e segurança do trabalho
A Relação da Produção com os demais Setores
Produção Puxada versus Produção Empurrada

10 Aspectos atuais, novidades e tendências da Administração de Produção e Operações

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a

diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

ANTUNES, Junico. Sistemas de produção. São Paulo: Bookman, 2008.

JACOBS, F. Robert. Administração da produção e de operações. Porto Alegre: Bookman, 2009.

KRAJEWSKI, Lee J. Administração da produção e operações. São Paulo: Pearson, 8 ed., 2008.

Bibliografia Complementar:

CAMPOS, V.F. Gerência da qualidade total. Minas Gerais: Escola de Engenharia da UFMG, 1990.

CORRÊA, H. L. Just in Time, MRP II e OPT: um enfoque estratégico. São Paulo: Atlas, 1996.

JURAN, J. M. Planejamento para a qualidade. São Paulo: Pioneira, 2 ed., 1998.

MOREIRA, D. A. Administração da produção e operações. São Paulo: Atlas, 1998.

SLACK, Nigel. Estratégia de operações. Porto alegre: Bookman, 2009.

11.3 ADMINISTRAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS I

Componente Curricular: Administração de Recursos Humanos I

Código: 67.110

Currículo 9 semestres: Quarto **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Quinto **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Introdução ao Sistema de Recursos Humanos. Planejamento, recrutamento e seleção. Pesquisa de Mercado. Aspectos atuais em Recursos Humanos e Tendências.

Objetivo:

Proporcionar ao acadêmico um referencial teórico a respeito da administração de Recursos Humanos, despertando-o analítica e criticamente para as posturas e procedimentos práticos inerentes à componente curricular, tendo sempre presente a preocupação com a otimização dos recursos organizacionais, a melhoria das relações interpessoais e a melhoria da qualidade de vida.

Conteúdo Programático

1 Introdução a Administração de Recursos Humanos

Administração de Recursos Humanos

Evolução Administração de Recursos Humanos para a Gestão de Pessoas

Planejamento de Recursos Humanos

Planejamento Estratégico de Recursos Humanos

Modelos de Planejamento Estratégico de Recursos Humanos

Perfil do Ativo Humano Globalizado

Capacitação do Administrador de Recursos Humanos

2 Desafios da Gestão de Pessoas

Desafios Ambientais

Desafios Organizacionais

Desafios Individuais

3 Subsistema de Provisão de Recursos Humanos

Identificação das Necessidades de RH

Pesquisa de Mercado de Recursos humanos

Recrutamento

Consultorias Outplacement, Replacement, R&S e o Headhunter

Seleção

4 Subsistema de Aplicação de Recursos Humanos

Desenho de cargos

Descrição de cargos

Análise de cargos

Integração de Recursos Humanos

Avaliação de cargos

Desempenho de cargos

5 Aspectos atuais em Recursos Humanos e Tendências

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem

como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica

ARAUJO, L. C. de. GARCIA, A. A. G. Gestão de pessoas: estratégias e integração organizacional. São Paulo: Atlas, 2009.

FRANÇA, A. C. L. Práticas de recursos humanos PRH: conceitos, ferramentas e procedimentos. São Paulo: Atlas, 2009.

LACOMBE, F. SERAFIM, O. C. G. Recursos humanos: princípios e tendências. São Paulo: Saraiva, 2005.

Bibliografia Complementar

CARVALHO, A. V. de. Administração recursos humanos. São Paulo: Pioneira, 1999.

CHIAVENATO, I. Recursos humanos. São Paulo: Atlas, 2000.

GIL, A. C. Gestão de pessoas: enfoque nos papéis profissionais. São Paulo: Atlas, 2001.

MARRAS, J. P. Administração de recursos humanos: do operacional ao estratégico. 14.ed. São Paulo: Futura, 2011.

RIBEIRO, A. de L. Gestão de pessoas. São Paulo: Saraiva, 2006.

11.4 ADMINISTRAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS II

Componente Curricular: Administração de Recursos Humanos II

Código: 67-111

Currículo 9 semestres: Quinto **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Sexto **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Administração de cargos e salários. Novas tecnologias e Recursos. Sindicalismo. Política e estratégias em recursos humanos. Desenvolvimento de técnicas relacionadas a treinamento, equipe, criatividade e sincronismo de ações de trabalho. Novas relações de trabalho. Desenvolvimento em Recursos Humanos. Rotinas e Registros Trabalhistas. Aspectos atuais, novidades e tendências em gestão de pessoas.

Objetivo:

Proporcionar ao acadêmico um referencial teórico a respeito da administração de recursos humanos, despertando-o analítica e criticamente para as posturas e procedimentos práticos inerentes ao componente curricular, tendo sempre presentes a preocupação com a otimização dos recursos organizacionais, a melhoria das relações interpessoais e a melhoria da qualidade de vida.

Conteúdo Programático

1 Subsistema de Manutenção de Recursos Humanos

Administração de cargos e salários

Remuneração estratégica

Remuneração funcional

Remuneração variável

Plano de carreira

Higiene e segurança no trabalho

Relações com sindicatos

Rotinas e Registros Trabalhistas

2 Subsistema de Capacitação de Recursos Humanos

Treinamento de recursos humanos

Desenvolvimento de recursos humanos

3 Subsistema de Monitoração de Recursos Humanos

3.1 Sistema de informações gerenciais em recursos humanos

3.2 Auditoria de recursos humanos

4 O Papel do gestor da Qualidade

5 Rotinas e Registros Trabalhistas na Prática

A Contratação. Tipos de Contratação. O registro na CTPS

Aviso e Demissão

Órgãos Responsáveis

Encargos trabalhistas

Cálculos da folha. Cálculos de Demissão.

6 Cenários

Atualidades, Novidades, Tendências em Gestão de Pessoas. Cenários futuros

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem

como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica

ARAUJO, L. C. de. GARCIA, A. A. G. Gestão de pessoas: estratégias e integração organizacional. São Paulo: Atlas, 2009.

VILAS BOAS, A. A. ANDRADE, R. O. B. DE. Gestão estratégica de pessoas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

OLIVEIRA, Aristeu de. Cálculos trabalhistas: contribuição sindical, décimo terceiro salário, férias, folha de pagamento, rescisão de contrato de trabalho, saques do FGTS relativos ao aposentado em atividade laboral, vale-transporte. 20. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2009.

Bibliografia Complementar:

CHIAVENATO, I. Recursos humanos. São Paulo: Atlas, 2000.

FRANÇA, A. C. L. Práticas de recursos humanos PRH: conceitos, ferramentas e procedimentos. São Paulo: Atlas, 2009.

LACOMBE, F. SERAFIM, O. C. G. Recursos humanos: princípios e tendências. São Paulo: Saraiva, 2005..

MARRAS, J. P. Administração de recursos humanos: do operacional ao estratégico. São Paulo: Futura, 2001.

OLIVEIRA, Aristeu de. Estágio, trabalho temporário e trabalho de tempo parcial. São Paulo: Atlas, 2009.

RIBEIRO, A. de L. Gestão de pessoas. São Paulo: Saraiva, 2006.

11.5 ADMINISTRAÇÃO DE RECURSOS MATERIAIS

Componente Curricular: Administração de Recursos Materiais

Código: 60.268

Currículo 9 semestres: Quarto **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Quarto **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Abordagem organizacional e situacional da Administração de Recursos Materiais. Aquisição de materiais. Negociação em compras. Administração de Recursos Materiais no Serviço Público. Identificação, codificação, classificação e catalogação de material. Dimensionamento e controle de estoques. Administração de Recursos Patrimoniais.

Objetivo:

Analisar e discutir os fundamentos e objetivos da administração de recursos materiais, promovendo uma visão que propicie capacitar a solução dos problemas inerentes à atividade empresarial.

Conteúdo Programático:

1 Abordagem histórica da administração de recursos materiais

Início da atividade de material

Evolução da administração de recursos materiais

2 Abordagem organizacional e situacional da administração de materiais

Conceitos

Estrutura organizacional

Funções do administrador de recursos materiais

3 Administração de recursos patrimoniais

Conceituação de bens

Propriedade industrial: marcas e patentes

Sistemas de marcas

Sistemas de patentes

4 Aquisição de materiais

A função compra

Qualificação dos compradores

Operações e documentação do sistema de compras

Negociação em compras: conceitos básicos, fases de negociação, táticas na negociação

Sistemas eletrônicos nas compras

Compras: horizontalizadas, verticalizadas, centralizadas e descentralizadas.

5 Administração de Recursos Materiais no serviço público

Compras no serviço público

Procedimentos de compras no serviço público (lei 8666 de 21/06/93): licitações e contratos administrativos.

6 Identificação, codificação, classificação e catalogação de material

Parâmetros de identificação

Codificação de materiais e sistema de código de barra

Catalogação e classificação de materiais

Classificação abc de estoques

7 Dimensionamento e controle de estoques

Funções e objetivos de estoques

Políticas de estoques

Custos de estoques

Níveis de estoques

Lote econômico de compra

Sistemas de controle de estoques

Avaliação dos estoques

8 Tendências na administração de materiais das organizações

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

MARTINS, P. G.; ALT, P. R. C. Administração de Materiais e Recursos Patrimoniais. 3.ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

POZO, H. Administração de Recursos Patrimoniais: uma abordagem logística. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

VIANA, J. J. Administração de Materiais: um enfoque prático. São Paulo: Atlas, 2009.

Bibliografia Complementar:

ARNOLD, J. R. Tony. Administração de Materiais: uma introdução. São Paulo, SP: Atlas, 2008.

CHING, H. Y. Gestão de Estoques na Cadeia de Logística Integrada – Supply Chain. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

DIAS, M. A. P. Administração de Materiais: uma abordagem logística. São Paulo: Atlas, 2000.

11.6 ADMINISTRAÇÃO DE SERVIÇOS

Componente Curricular: Administração de Serviços

Código: 60-592

Currículo 9 semestres: Terceiro **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Segundo **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Conceito de Serviços. Análise de potencialidades do setor de serviços e suas distintas formas de gestão. Níveis de Serviços e Atendimento. Empresas prestadoras de serviços e as formas adequadas de gestão. O serviço autônomo e sua gestão. A gestão de empresa terceirizada. Estudos sobre gestão do terceiro setor, seu crescimento e contribuições para economia contemporânea. Serviços Públicos. O turismo como um serviço. A gestão e a organização dos serviços turísticos. A importância do turismo para alavancar outros setores de serviços e da economia de um local. Aspectos atuais, novidades e tendências na gestão de serviços.

Objetivo:

Possibilitar ao aluno conhecimento acerca das oportunidades de atuação profissional no setor de serviços, inclusive do turismo, aproximando-o da realidade do setor.

Conteúdo Programático

Conceito de Serviços.

Tipos de serviços e tipos de empresas de serviços

Análise de potencialidades do setor de serviços e suas distintas formas de gestão.

Níveis de Serviços e Atendimento.

Empresas prestadoras de serviços e sua gestão.

Empreendedorismo em serviços.

O serviço autônomo e sua gestão.

A gestão em serviços

A gestão de empresa terceirizada.

Serviços no terceiro setor.

Contribuições dos serviços para a economia regional, nacional e internacional.

Administração estratégica em serviços e suas diferenças de produtos tangíveis

Administração de serviços e suas aplicações práticas

Serviços públicos.

Aspectos atuais e tendências na gestão de serviços.

Turismo: aspectos conceituais

Prestação de serviços no turismo

Gestão dos serviços turísticos

A relação entre o Turismo e prestação de serviços nas áreas: administração, economia, geografia, ecologia, educação, direito, estatística, e novas tecnologias.

Tipos de Turismo

Condicionantes do lazer e do turismo

O turismo como um serviço.

Impactos causados pelo turismo: sociais, culturais, físicos e econômicos. A importância do turismo para alavancar outros setores de serviços e da economia de um local.

A gestão e a organização dos serviços turísticos.

A visão sistêmica da atividade turística: produção, distribuição e consumo.

Gestão dos serviços turísticos pelo poder público.

Atualidades, novidades e tendências da gestão de serviços e do turismo

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento

das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

BENI, Mário Carlos. Análise estrutural do turismo. 12. ed. rev. e atual. São Paulo: SENAC, 2007.

FITZSIMMONS, James. Administração de serviços: operações, estratégia e tecnologia de informação. Porto Alegre: Bookman, 2000.

LOVELOCK, Christopher; WRIGHT, Lauren. Serviços: marketing e gestão. São Paulo: Saraiva.

Bibliografia Complementar:

BARRETO, Margarita. Manual de iniciação ao estudo do turismo. Câmpus: Ed. Papirus, 1999.

BOITEUX, Bayard do Coutto. Introdução ao estudo do turismo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

GONÇALVES, Ernesto Lima. Gestão hospitalar. São Paulo: Saraiva, 2011.

HOFFMAN, Douglas K., BATESON, John E. G. Princípios de marketing de serviços. São Paulo: Thompson, 2003

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Qualidade total em serviços: conceitos, exercícios, casos práticos. 5. ed São Paulo, Atlas, 2007.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Marketing de serviços. 5.ed São Paulo, SP: Atlas, 2009.

MEZOMO, Iracema de Barros. Os serviços de alimentação: planejamento e administração. 5. ed. Barueri, SP: Manole, 2002.

PETROCCHI, Mario; BONA, André. Agências de turismo: Planejamento e gestão. São Paulo: Futura, 2003.

SANTINI, Denis; GARCIA, Filomena. Marketing de franquias. São Paulo: Saraiva.

SANTOS, Célia Maria dos; KUAZAQUI, Edmir. Consolidadores de turismo: serviços e distribuição. São Paulo, SP: Thomson Learning, 2004.

TARABOULSI, Fadi Antoine. Administração de hotelaria hospitalar: serviços aos clientes, humanização do atendimento, departamentalização, gerenciamento, saúde e turismo, hospitalidade, tecnologia de informação, psicologia hospitalar. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

11.7 ANÁLISE DE DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS

Componente Curricular: Análise e Demonstrações Contábeis

Código: 60.144

Currículo 9 semestres: Quarto **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Quarto **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Contabilidade / Administração

Ementa:

Preparação das demonstrações contábeis para análise e suas limitações. Coeficientes, índices e quocientes. Análise vertical e horizontal. Análise da estrutura de capital. Análise de liquidez e solvência. Análise de atividade ou rotação. Análise de rentabilidade e de produtividade. Análise da demonstração do fluxo de caixa, da demonstração de origens e aplicações de recursos e da demonstração das mutações do patrimônio líquido, como instrumento auxiliar da análise de balanços. Integração das técnicas de análise. Diagnósticos econômico-financeiros. Valor Econômico Agregado - EVA (Economic Value Added).

Objetivo:

Preparar as demonstrações contábeis para análise aprofundada, envolvendo a análise vertical e horizontal, análise da estrutura de capital, análise de liquidez e solvência, análise de atividade ou rotação, análise de rentabilidade e de produtividade, análise da demonstração do fluxo de caixa, da demonstração de origens e aplicações de recursos e da demonstração das mutações do patrimônio líquido.

Conteúdo Programático:

1 A Empresa e sua Estruturação de Informação

Função da empresa

Sistema de informação contábil

Usuários e objetivos das informações contábeis

Limitações das informações contábeis

Preparação das demonstrações para efeito de análise

Métodos de análise

2 Introdução à Análise de Balanços

Análise vertical

Interpretação da análise vertical

Análise horizontal

Comparação entre análise vertical e horizontal

3 Análise da Liquidez e Solvência

Conceitos e formação dos indicadores de endividamento

Principais índices de endividamento (estrutura dos capitais)

Análise dos índices de endividamento

Interpretação dos indicadores de endividamento

4 Análise de Rotatividade

Prazo médio de rotação dos estoques (PMRE)

Prazo médio de recebimento de vendas (PMRV)

Prazo médio de pagamento das compras (PMPC)

5 Ciclo Operacional

Ciclo operacional financeiro

Inter-relação entre os prazos médios

Análise e interpretação do índice no conjunto

6 Análise da Rentabilidade de Produtividade e Lucratividade

Margem de lucro s/ as vendas

Giro do Ativo (GA)

Retorno s/ vendas (RSA)

Retorno s/ investimento (RSI)

Retorno s/ patrimônio líquido

Análise e interpretação destes coeficientes

7 Análise do Capital de Giro

Conceitos e necessidades de capital de giro
Determinação da necessidade líquida de capital de giro
Capital de giro
Efeito tesoura

8 Overtrading

Alavancagem financeira
Introdução à alavancagem
Quando a empresa deve recorrer a capitais de terceiros
Efeitos de alavancagem
Grau de alavancagem operacional
Grau de alavancagem financeira
Termômetro de Kanitz

9 Análise das Demais Demonstrações Contábeis Estabelecidas pela Legislação

10 Relatório da Análise de Balanços

Principais relatórios
Formas de apresentação de relatórios

11 Gestão baseada no valor econômico agregado - EVA

Qual é seu EVA
Custo do capital
Como calcular o EVA da empresa

12 Decomposição do MVA (Market Value Added) análise do valor da empresa

Criação do valor para o acionista

13 Tópicos atuais e tendências sobre o tema

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a

diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica::

MATARAZZO, Dante Carmine. Análise financeira de balanços: abordagem básica e gerencial. 5.ed. São Paulo : Atlas, 1998.

MARION, José Carlos. Análise das demonstrações Contábeis: Contabilidade Empresarial. 4. ed. Paulo : Atlas, 2009.

RIBEIRO, Osni Moura. Estrutura e Análise de Balanços Fácil. 8ª. Ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

Bibliografia Complementar:

ASSAF NETO, Alexandre. Estrutura e análise de balanços: um enfoque econômico-financeiro. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

BRAGA, Hugo R. Demonstrações financeiras: estrutura, análise e interpretação. 3.ed. São Paulo : Atlas, 1998.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. Análise de Balanços: Análise da liquidez e do endividamento. Análise do Giro, rentabilidade e alavancagem financeira. 9ª. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

REIS, Arnaldo. Demonstrações contábeis: estrutura e análise. Porto Alegre: Saraiva, 2003.

11.8 ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA

Componente Curricular: Administração Financeira

Código: 67-112

Currículo 9 semestres: Sexto **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Quinto **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Contextualização e fundamentos da administração financeira. Investimentos em ativos e critérios de aceitação. Políticas de financiamentos e dividendos. Planejamento e Administração financeira de curto prazo. Planejamento e Administração financeira de longo prazo. Tópicos especiais em administração financeira.

Objetivo:

Oportunizar conhecimentos para avaliação e critérios técnicos na administração das finanças e economia, criando condições de estudo e análise de captação e investimentos de recursos.

Conteúdo programático

1 Introdução

Finanças como área de organização de estudo

Formas básicas de organização empresarial

A função da administração financeira

O objetivo do administrador financeiro

2 Sistema Normativo: Autoridades Monetárias e de Apoio

Sistema operativo: tipos de Instituições Financeiras

Mercado financeiro

Análise econômica e financeira

Demonstrações financeiras

Objetivo e tipos de análise

3 Planejamento Financeiro a Curto Prazo

Planejamento estratégico e operacional

Ciclo operacional e financeiro de uma empresa

Natureza, definições e estrutura do capital de giro

Capital circulante líquido

Dimensionamento dos investimentos em capital de giro

Fontes de financiamento do capital de giro

4 Administração de Capital de Giro

Administração do caixa

Administração de valores a receber

Política de crédito

Política de cobrança

Administração financeira de estoques

5 Custo de Capital

Custo da dívida de longo prazo

Custo da ação ordinária e preferencial

Custo médio ponderado de capital

O custo marginal e decisões de investimento

6 Alavancagem e Estrutura de Capital

Alavancagem operacional e financeira

A estrutura de capital na empresa

A escolha da estrutura ótima de capital

7 Decisões de Financiamento de Longo Prazo

O exigível de longo prazo e o sistema bancário

Características dos financiamentos de longo prazo

Empréstimos de longo prazo

Ações e a política de dividendos

8 Aspectos atuais, novidades e tendências na área

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

ASSAF NETO, A. Finanças Corporativas e Valor, São Paulo: Atlas.

BRAGA, R. Fundamentos e Técnicas de Administração Financeira. São Paulo: Atlas.

ROSS A. S. et all. Princípios de Administração Financeira. São Paulo: Atlas.

Bibliografia Complementar:

BERNSTEIN, P L. Desafio aos Deuses: a fascinante história do risco. Rio de Janeiro: Câmpus, 1997.

DI AGUSTINI, C. A. Capital de Giro: análise de alternativas e fontes de financiamento. São Paulo: Atlas.

LUZIO, E. Finanças Corporativas-Teoria e Prática. São Paulo: Cengage Learning, 2011

SAMANEZ, C. P. Gestão de investimentos e geração de valor. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

SANTI FILHO, A. de. Análise de Balanço para Controle Gerencial. São Paulo: Atlas

SANTOS, E. de O. Administração Financeira de Pequena e Média Empresa. São Paulo: Atlas.

SANVICENTE, A.Z. Administração Financeira. São Paulo: Atlas.

11.9 CONTABILIDADE APLICADA

Componente Curricular: Contabilidade Aplicada

Código: 60.457

Currículo 9 semestres: Terceiro **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Terceiro **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Contabilidade / Administração

Ementa:

Proporcionar ao aluno uma visão sobre a função da Contabilidade, campo de aplicação e usuários. Posicionar o educando no ambiente contábil, fortalecendo os conceitos sobre a representação contábil na empresa, os relatórios contábeis e a contabilidade como instrumento de gestão empresarial.

Objetivo:

Proporcionar ao aluno uma visão sobre a função da Contabilidade, campo de aplicação e usuários. Posicionar o educando no ambiente contábil, fortalecendo os conceitos sobre a representação contábil na empresa, os relatórios contábeis e a contabilidade como instrumento de gestão empresarial.

Conteúdo Programático:

1 Função da Contabilidade

2 Campo de Aplicação e Usuários da Contabilidade

3 Estática e Dinâmica Patrimonial

Equação Patrimonial

Conceito de Origens e Aplicações de Recursos

4 Procedimentos Contábeis

Contas

Livros de Escrituração

Relatórios

5 Demonstração do Resultado do Exercício

Contas de Receitas e Despesas

Apuração do resultado do exercício

6 Relatório Contábeis

Demonstrações Financeiras, Econômicas e Contábeis

7 Estruturação das Demonstrações Contábeis

Balanco Patrimonial

Demonstração do Resultado do Exercício

Demonstração das Origens e Aplicação de Recursos

Demonstração dos Lucros ou Prejuízos Acumulados

Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido

8 Utilização da Informação Contábil pela Administração

9 Aspectos atuais da contabilidade, novidades e tendências em contabilidade

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem

como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

RIBEIRO, OSNI MOURA. Contabilidade Básica. São Paulo: Saraiva, 2005

MARION, JOSÉ CARLOS. Contabilidade Básica. São Paulo: Atlas. 2008.

FIPECAFI/USP. Manual de Contabilidade da Sociedades por Ações: aplicável também às demais sociedades. São Paulo: Atlas, 1998.

Bibliografia Complementar:

ANTHONY, R. N. Contabilidade Gerencial: uma introdução a contabilidade. São Paulo: Atlas, 1976.

HENDRIKSEN, E. S. Teoria da contabilidade. São Paulo: Atlas, 1999.

PADOVESE, C. L. Manual de contabilidade básica. São Paulo: Atlas, 1991.

FIPECAFI/USP. Contabilidade Introdutória. São Paulo: Atlas, 1998.

SILVA, C. A. T. Contabilidade Básica. São Paulo: Atlas, 1999.

11.10 CUSTOS EMPRESARIAIS

Componente Curricular: Custos Empresariais

Código: 60.412

Currículo 9 semestres: Quinto **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Quinto **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Contabilidade / Administração

1. Ementa:

Elementos e análise de custos, esquema básico da contabilidade de custos, departamentalização e centros de custos, critérios de rateio dos custos indiretos, custeio por absorção, custeio variável, análise custo x volume x lucro, noções sobre custeio ABC, método das UEPS e GECON. Custos e formação de preços em áreas/atividades e setores específicos. Temas contemporâneos em custos. Tendências em Custos.

2. Objetivo:

Proporcionar aos participantes uma visão da gestão estratégica de custos, partindo da contabilidade financeira, focando mais a contabilidade gerencial, destacando os principais sistemas de custeio, suas vantagens e desvantagens, além de focalizar uma análise sistêmica dos custos em áreas/atividades e setores específicos.

Oportunizar aos alunos um aprimoramento na análise crítica dos métodos de custeio, como fonte de sistema de informação gerencial, além de procurar contribuir para o aprimoramento dos processos administrativos das organizações.

3. Conteúdo Programático

3.1. INTRODUÇÃO

Noções gerais sobre custos

Custos na empresa comercial

O papel dos custos na formação de preços

3.2. ESQUEMA BÁSICO DA CONTABILIDADE DE CUSTOS

Separação entre custos e despesas

A apropriação dos custos diretos de produção

A apropriação dos custos indiretos de produção

3.3. DEPARTAMENTALIZAÇÃO E CENTROS DE CUSTOS

O esquema completo da contabilidade de custos

3.4. SISTEMA DE CUSTEIO POR ABSORÇÃO

Vantagens do custeio por absorção

Desvantagens do custeio por absorção

Exercícios

3.5. SISTEMA DE CUSTEIO VARIÁVEL OU DIRETO

Vantagens e desvantagens do custeio variável

Estudo comparativo entre sistema de custeio por absorção e variável

Relação custo/volume/lucro

Ponto de equilíbrio

Visão contábil x Visão econômica do ponto de equilíbrio

Limitações da análise do ponto de equilíbrio

Estudo da margem de contribuição com fatores limitantes

Exercício

3.6. NOÇÕES GERAIS SOBRE OUTROS MÉTODOS DE CUSTOS

Sistema de custeio baseado em atividades (ABC)

Método das unidades de esforço da produção (UEPS)

Sistema de informação sobre a gestão econômica (GECON)

3.7. CUSTOS EM SETORES E ATIVIDADES ESPECÍFICAS E TENDÊNCIAS

Custos e formação de preços em áreas/setores/atividades específicas

Aspectos atuais, novidades e tendências em custos

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

MARTINS, Eliseu. Contabilidade de custos. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

LEONE, George Sebastião Guerra. Curso de contabilidade de custos. São Paulo: Atlas, 1997.

HORNGREN, Charles T. Contabilidade de custos: um enfoque administrativo: São Paulo: Atlas, 1978.

Bibliografia Complementar:

IUDICIBUS, Sérgio de. Análise de custos. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1988.

KAPLAN, Robert S. Custo e desempenho: administre seus custos para ser mais competitivo. São Paulo: Futura, 1998.

NAKAGAWA, Masayuki. Gestão estratégica de custos: conceitos sistemas e implantação. São Paulo: Atlas, 1991

PEREZ JUNIOR, José Hernandez. Gestão estratégica de custos. São Paulo: Atlas, 1999.

SHANK, John K. A revolução dos custos: como reinventar e redefinir sua estratégia de custos para vencer em mercados competitivos. 4 ed. Rio de Janeiro: Câmpus, 1997.

11.11 DIREITO DE EMPRESA

Componente Curricular: Direito de Empresa

Código: 60-413

Currículo 9 semestres:: Terceiro **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Terceiro **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Direito / Administração

Ementa:

Direito do Empresário, da Sociedade, da Sociedade não Personificada, da Sociedade Personificada, do Estabelecimento, dos Institutos Complementares, da Recuperação de Empresa, da Propriedade Industrial e dos Títulos de Crédito. Aspectos atuais em Direito da Empresa. Tendências na área.

Objetivos:

Oferecer ao aluno conhecimento básico do Direito de Empresa, principalmente quanto a figura do Empresário e da Sociedade Empresária, dando ênfase ao administrador: seus direitos e, principalmente seus deveres. Transmitir uma noção genérica dos atos constitutivos de um Empresário e de uma sociedade simples ou empresária e a necessidade do respectivo registro. Demonstrar o valor dos livros contábeis e fiscais e outros documentos, principalmente do valor probante, tanto administrativa como judicialmente.

Conteúdo Programático:

1 Do Empresário

Histórico

Da Caracterização e da Inscrição

Da Capacidade Civil

Da Capacidade para Comerciar

Da Emancipação

Pessoas Proibidas e/ou impedidas de ser Empresário ou de Administrar Sociedade

Empresária

Diferença entre Empresário e Sociedade Empresária

Diferença entre Empresa, Sociedade e Estabelecimento

Da Pessoa Jurídica

Desconsideração da Personalidade Jurídica

2 Da Sociedade: Disposições Gerais

Da Sociedade Não Personificada

Da Sociedade em Comum

Da Sociedade em Conta de Participação

Da Sociedade Personificada

Da Sociedade Simples

Da Sociedade em Nome Coletivo

Da Sociedade em Comandita Simples

Da Sociedade Limitada

Da Sociedade Anônima

Da Sociedade em Comandita por Ações

Da Sociedade Cooperativa

Das Sociedades Coligadas

Da Transformação, Da Incorporação, Da Fusão e da Cisão das Sociedades

3 Do Estabelecimento

Disposições Gerais

4 Dos Institutos Complementares

Do Registro

Do Nome Empresarial

Dos Prepostos

Da Escrituração

5 Da Recuperação judicial, a extrajudicial e a falência do Empresário e da sociedade empresária

Disposições comuns à recuperação Judicial e à falência

Da Recuperação Judicial

Da convalidação da Recuperação Judicial em Falência

Da Falência

Da Recuperação Extrajudicial

6 Da Propriedade Industrial

Bens da Propriedade Industrial

Segredo de Empresa

Diferença entre o Direito Industrial e o Direito Autoral

Desenho Industrial e Obra de Arte

Patente de Invenção

7 Dos Títulos de Crédito

Noções Gerais

Requisitos essenciais dos títulos de crédito

Letra de Câmbio

Nota Promissória

Cheque

Duplicata

Outros Títulos de Crédito

Ação por falta de pagamento

Do protesto

Da Prescrição

8. Novidades no Direito da Empresa

Aspectos atuais em Direito da Empresa.

Tendências na área.

Novas Legislações e regras na área.

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura

compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

ALMEIDA, Amador Paes de. Teoria e prática dos títulos de crédito. 28. ed. São Paulo: Saraiva, 2009

COELHO, Fábio Ulhoa, Curso de Direito Comercial, 14 Edição, São Paulo, Saraiva, 2010

REQUIAO, Rubens. Curso de direito comercial. 27 ed rev. atual. São Paulo: Saraiva, 2010.

Bibliografia Complementar:

BORBA, José Eduardo Tavares. Direito Societário. 11. ed. rev. aum. e atual. Rio de Janeiro: Renovar, 2008.

CÂMPUSNHO, Sérgio, O Direito da Empresa, 2ª Edição, São Paulo, Renovar, 2003

CEOLIN, Ana Caroline Santos, Abuso na Aplicação da Teoria da Desconsideração da Pessoa Jurídica, Belo Horizonte, Del Rey, 2002.

comercial. 3.ed. refor. São Paulo: Saraiva, 2010.

COMETTI, Marcelo Tadeu. Direito Comercial: Direito de empresa. São Paulo: Saraiva, 2009.

TOLEDO, Paulo F. C. Salles de (Coord.). Comentários à lei de recuperação de empresas e falência. 4. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2010.

11.12 DIREITO TRABALHISTA E PREVIDENCIÁRIO

Componente Curricular: Direito Trabalhista e Previdenciário

Código: 60.255

Currículo 9 semestres: Quarto **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Segundo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Direito / Administração

Ementa:

A evolução do Direito do Trabalho e suas relações no tempo com a empresa e o empregado. Os direitos trabalhistas e previdenciários práticos do empregador, do empregado e dos segurados.

Objetivos:

Possibilitar aos acadêmicos conhecimentos teóricos e práticos do direito do trabalho e previdenciário, procurando analisar no contexto empresa/empregado.

Conteúdo Programático:

Breve histórico do Direito do Trabalho. Definição. Fontes do Direito do Trabalho. Princípios do Direito do Trabalho. Relação de emprego. Traços singulares da relação de emprego.

Terceirização. Contrato de trabalho. Definição legal. Sujeitos. Formação do contrato individual de trabalho. Prova do contrato de trabalho. Duração do contrato individual do trabalho. Contrato por tempo determinado. Contrato por tempo indeterminado.

Obrigações dos sujeitos contratantes. Salário e Remuneração. Definição de salário. Elementos integrantes do salário.

Tipos especiais de salários. Critérios de fixação do salário. Salário e indenização. 13º salário. FGTS.

Duração do Trabalho.

Intermitências da execução do contrato de trabalho. Suspensão e interrupção do contrato de trabalho. Intervalos e repousos remunerados/feriados. Férias. 13º salário.

Extinção do contrato de trabalho. Formas de extinção do contrato de trabalho. Estabilidade no emprego. Trabalho do menor e da mulher. Segurança e medicina do trabalho e rotinas

trabalhistas.

Convenção, acordo coletivo e dissídio coletivo. Organização sindical.

Seguridade Social. Previdência Social. Contribuintes e beneficiários do RGPS. Dos segurados. Dos dependentes. Salário de benefício.

Da decadência e da prescrição. Das infrações.

Da organização da seguridade social. Da contribuição. Do seguro. Da empresa e do empregado doméstico. Do salário-contribuição

Das contribuições.

Espécies de prestações previdenciárias

Aspectos atuais, novidades e tendências em direito trabalhista e previdenciário.

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

MARTINS, Sérgio Pinto Martins. Direito do Trabalho. 26 ed. São Paulo: Atlas, 2010

DELGADO, Mauricio Godinho. Curso de Direito do Trabalho. 9 ed. São Paulo: Ltr, 2010

SANTOS, Marisa Ferreira dos. Direito previdenciário. 6.ed. refor. São Paulo: Saraiva, 2010

Bibliografia Complementar:

CASTRO, Carlos Alberto Pereira de; LAZZARI, João Batista. Manual de direito previdenciário. 12. ed. rev. e atual. Florianópolis: Conceito editorial, 2010.

NASCIMENTO, Amauri M. Curso de Direito do Trabalho. 25 ed. São Paulo, Saraiva, 2010.

SUSSEKIND, Arnaldo. Instituições de Direito do Trabalho. 16 ed. São Paulo, 1996

MARTINS, Sérgio Pinto. A terceirização e o direito do trabalho. 10. ed., rev., ampl. São Paulo: Atlas, 2010.

OLIVEIRA, Aristeu de. Estágio, trabalho temporário e trabalho de tempo parcial. São Paulo: Atlas, 2009.

VIANNA, João Ernesto Aragonés. Curso de direito previdenciário. 3. ed. São Paulo: LTr, 2010.

11.13 ECONOMIA I

Componente Curricular: Economia I

Código: 60.257

Currículo 9 semestres: Primeiro **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Primeiro **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Economia / Administração

Ementa:

Conceitos de Economia. Necessidade, escassez, escolhas. Bens econômicos e bens livres. Modos de Produção e sistemas econômicos. Setores Econômicos. Pensamento e teorias econômicas principais. Teoria do Consumidor, da Utilidade e Elasticidade. Teoria da produção, meios de produção e produtividade. As trocas e a circulação de bens. Teoria da demanda, da oferta e do mercado. Preço de equilíbrio. Teoria do custo e a formação dos preços de mercado. Tipos de Concorrência. A economia na atualidade. Aspectos contemporâneos em Economia. Tendências em economia.

Objetivo:

Abordar os conceitos da ciência econômica. Apresentar os pressupostos microeconômicos que norteiam o comportamento do mercado através do produtor e do consumidor. Apresentar as teorias econômicas da produção e do mercado ligado às organizações.

Conteúdo Programático:

1 Introdução a Ciência Econômica

Conceitos Básicos: Economia como ciência, Conceituação, Métodos, Divisão

Necessidade e bem econômico, tipos de bens

Escassez e Utilidade, Valor e preço

Sistemas econômicos e modos de produção: primitivo, escravagista, feudal, socialista, comunista, capitalista

História e papel da moeda na economia: meios de troca

Setores na economia: primário, secundário e terciário

Os agentes econômicos principais: consumidor, produtor e governo

2 Microeconômica: consumidor, produtor e mercado

O comportamento do consumidor, o princípio da utilidade marginal e total, restrição orçamentária e Curvas de Indiferença

A demanda, a curva da demanda e o deslocamento da curva de demanda

A oferta, a curva da oferta e o deslocamento da curva da oferta

O mercado e o encontro entre oferta e demanda e equilíbrio de mercado

Elasticidade e tipos de elasticidade: renda, preço, demanda, oferta

3 Produção

Produção e produtividade

Fatores de produção e fronteira de possibilidade de produção

Unidades de produção

4 A Teoria da Firma e dos Custos

Produção de um insumo variável: produto total, médio e marginal

Produção com dois ou mais insumos variáveis

Isoquantas e isocustos

Estágios de produção: rendimentos crescentes, constantes ou decrescentes

A teoria do custo: curto e longo prazo

Custos: variável, fixo, marginal, médio, total

Receita e Custo, lucro e maximização do lucro

Custos e a formação dos preços

5. Tipos de Concorrência no mercado e as imperfeições dos mercados

Concorrência perfeita

Monopólio e Monopsônio

Olipólio e Oligopsônio

Concorrência monopolista e imperfeita de Chamberlin e Robinson

As imperfeições e as informações assimétricas no mercado

Atualidades, novidades e tendências na área

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

- PINDYCK, R; RUBEINFELD, D. Microeconomia. São Paulo: Prentice Hall, 2002.
PINHO, D. B. et. al. Manual de Economia (USP). São Paulo: Saraiva, 2004.
VARIAN, Hal R. Microeconomia: conceitos básicos. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

Bibliografia Complementar:

- CABRAL, Arnaldo Souza; WONEYAMA, Takashi. Microeconomia: uma visão integrada para empreendedores. São Paulo: Saraiva.
CARVALHO, L. C. P. Microeconomia introdutória: para cursos de Administração e contabilidade: São Paulo: Atlas, 2000.
GREMAUD, A. P. et. al. Manual de economia. São Paulo: Saraiva, 2004.
MCGUIGAN, J.R; MOYER, R. C. HARRIS, F. H. B. Economia de empresas: aplicações, estratégia e táticas. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.
MANKIW, N. Gregory. Introdução à economia. São Paulo: Cengage Learning, 2009.
PASSOS, C. R. Princípios de economia. São Paulo: Pioneira, 2000.
ROSSETTI, Jose Paschoal. Introdução à economia. 17. ed rev., atual. ampl. São Paulo: Atlas, 1997.

TROSTER, R. L.; MOCHÓN, F. Introdução à economia. São Paulo: Pearson, 2002.

WESSLS, Walter. Microeconomia: teoria e aplicações. São Paulo: Saraiva.

11.14 ECONOMIA II

Componente Curricular: Economia II

Código: 60.258

Currículo 9 semestres: Segundo **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Segundo **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Economia / Administração

Ementa:

A macroeconomia e seus fundamentos. Fluxo Circular da renda. As contas e a contabilidade nacional: consumo agregado, poupança agregada, investimentos agregados, gastos do governo e relações econômicas externas. Demanda efetiva e produção nacional. Índices e Indicadores Econômicos. Desemprego, Inflação, Câmbio, Balanço de Pagamento, Crescimento e Desenvolvimento. Os objetivos do governo na sua intervenção na economia. As aplicações de políticas econômicas e suas formas. Princípios da Globalização. A macroeconomia na atualidade. Aspectos contemporâneos em Economia e macroeconomia. Novas tendências em economia.

Objetivo:

Entender o funcionamento da economia nacional, suas relações e sua interferência nas empresas. A macroeconomia e suas influências para as pessoas e as organizações. Apresentar o pensamento econômico e os principais fatos que muito influenciaram o mundo através da economia.

Conteúdo Programático:

1 AS ESCOLAS DE PENSAMENTO E SUA INTERFERÊNCIA NAS POLÍTICAS MACROECONÔMICAS

Precusores e Mercantilistas

Fisiocratas

Clássicos

Neoclássicos

Marx e Marxistas

Keynes, keynesianos e os pressupostos macroeconômicos

Cepalinos

Monetaristas

Recentes: Ideologia Neoliberal, Novos Keynesianos, terceiro setor e outros

2 ASPECTOS RELEVANTES DO CONTEXTO HISTÓRICO ECONÔMICO

A revolução industrial e sua influência

A crise de 1929 e o pós crise

Fatores exógenos que historicamente influenciaram a economia: guerra, política, tecnologia, religião, clima, culturas e outros

As crises internacionais

A terceira revolução industrial: a era da informação e da tecnologia

3 ATIVIDADES MACROECONÔMICAS, AS CONTAS NACIONAIS E OS INDICADORES

Conceito de Macroeconomia e suas funções

Aplicações da Teoria Macroeconômica

A economia legal e a ilegal.

A economia formal e a informal.

Índices e indicadores econômicos e suas funções

4. A CONTABILIDADE NACIONAL

Os Agregados Macroeconômicos

O fluxo circular da renda, dos fatores e dos produtos

Produção Real x Produção Potencial, e outras formas de expressão de riqueza nacional

Cruz Keynesiana e o Pleno Emprego

5. POLITICAS ECONÔMICAS

As Principais políticas econômicas e sua ação na Macroeconomia

O papel do Governo na Economia

6. O BALANÇO DE PAGAMENTOS

7. CÂMBIO**8. ESTUDO GERAL DA INFLAÇÃO****9. TEORIAS DO DESENVOLVIMENTO E DO CRESCIMENTO****10. AS ECONOMIAS NACIONAIS, SUAS RELAÇÕES E PERSPECTIVAS PARA O SÉCULO XXI****11. A GLOBALIZAÇÃO, OS PAÍSES EMERGENTES E O BRASIL****12. A NOVA ECONOMIA****13. ATUALIDADES, NOVIDADES E TENDÊNCIAS EM ECONOMIA****Metodologia:**

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

DORNBUSCH, R. et al. Macroeconomia. São Paulo: Makron Books, 1991.

FROYEN, R. Macroeconomia. São Paulo: Saraiva, 2001.

PINHO, D. B. et. al. Manual de Economia (USP). São Paulo: Saraiva, 2004.

Bibliografia Complementar:

BYRNS R. Macroeconomia. São Paulo: Makron Books, 2000.

MENDES, J. T. G. Economia: fundamentos e aplicações. São Paulo: Prentice Hall – Pearson, 2004.

PASSOS, C.R. Princípios de economia. São Paulo: Pioneira, 2001.

PARKIN, M. Macroeconomia. 5. ed. São Paulo: Addison Wesley – Pearson, 2003.

ROSSETTI, J. P. Introdução à economia. São Paulo: Atlas, 2000.

SOUZA, N. J. Desenvolvimento econômico. São Paulo: Atlas.

11.15 ECONOMIA BRASILEIRA E REGIONAL

Componente Curricular: Economia Brasileira e Regional

Código: 60.414

Currículo 9 semestres: Oitavo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Terceiro **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Economia / Administração

Ementa:

A economia brasileira antes da política “café com leite”, do período colonial e do império. A economia brasileira antes da Era Vargas. A economia na Era Vargas. A economia após a Era Vargas. O modelo de crescimento e desenvolvimento do Governo JK. O modelo de crescimento e desenvolvimento dos governos militares. As mudanças na economia Brasileira dos anos 80 até os dias atuais. Os diversos Planos Econômicos e o combate a inflação. Importância do Plano Real e dos demais planos. O histórico e o atual papel do governo na economia brasileira. A situação da infraestrutura de base para a economia brasileira. A economia brasileira atual, problemas, oportunidades e tendências futuras. A formação histórica da economia regional. A situação da economia regional. A infraestrutura de apoio e a matriz produtiva regional. Situação econômica regional, problemas, oportunidades e tendências futuras.

Objetivo:

Permitir que os estudantes tenham conhecimento mínimo sobre a contextualização da economia brasileira e regional entendendo sua formação econômica e sua situação atual, podendo assim entender a realidade e tomar decisões compreendendo os contextos em que a decisão está sendo tomada.

Conteúdo Programático:

1. FORMAÇÃO ECONÔMICA BRASILEIRA

Aspectos relevantes da economia brasileira colonial

Aspectos relevantes da economia brasileira do Brasil Império

Aspectos relevantes da economia brasileira nas primeiras décadas do Brasil República
A política do “café com leite”

2 ANOS 30 E GOVERNO VARGAS

A economia brasileira dos anos 30 e a Era Vargas

A crise do café e a crise internacional e seus reflexos no Brasil e no governo brasileiro

A Aliança Sul/Nordeste contra a centralização do poder no Sudeste e a eleição confusa que culminou com Vargas no poder

As reformas sociais, trabalhistas, políticas e econômicas do Governo Vargas

A industrialização com recursos nacionais

O fomento a indústria de base

O papel do estado com a criação das estatais

Vargas e a contradição: pai dos pobres versus mãe dos ricos; democrático versus ditador.

Os demais setores econômicos na Era Vargas

3 ECONOMIA BRASILEIRA PÓS-VARGAS

A economia após a Era Vargas.

O modelo de crescimento e desenvolvimento do Governo JK.

Os 50 anos em 5 e o Plano de Metas

Plano de Substituição das Importações

O governo Jânio e Jango

4 A ECONOMIA BRASILEIRA NO GOVERNO MILITAR

A economia e o governo após o Golpe de 64

O modelo de crescimento e desenvolvimento dos governos militares

O I, II e III PND e o Milagre Brasileiro

A economia no final do governo militar e na redemocratização

5. DOS ANOS 80 À ATUALIDADE

As mudanças na economia Brasileira dos anos 80 e a redemocratização

O Plano Cruzado e os outros Planos Econômicos de combate a inflação no Governo Sarney.

O governo Collor e a abertura da economia Brasileira

O ingresso do Brasil no Mercosul e na OMC

O Governo Itamar Franco e a criação do Plano Real

O Governo Fernando Henrique, a gestão e os resultados do Plano Real

O Governo Lula e o desenvolvimento econômico-social. A influência econômica das bolsas sociais e do I e II PAC

A economia no Governo Dilma

Desafios Econômicos Pós Dilma

6 ASPECTOS RELEVANTES DA ECONOMIA BRASILEIRA

O histórico e o atual papel do governo na economia brasileira

A situação da infraestrutura de base para a economia brasileira

A economia formal e a economia informal. A tributação no Brasil.

A influência na economia brasileira referente aos gargalos na mão de obra e na educação

A influência na economia brasileira referente aos gargalos na logística e competitividade

Setores emergentes na economia brasileira

A economia brasileira e o papel da Copa do Mundo e Olimpíadas

A economia brasileira atual, problemas, oportunidades e tendências futuras.

7 OS VÁRIOS BRASIS DO BRASIL E SUAS OPORTUNIDADES

Região Centro-Oeste: Dados econômicos, sociais e geográficos, de desenvolvimento, de infraestrutura, de logística, de oportunidades empresariais e expectativas econômicas futuras

Região Norte: Dados econômicos, sociais e geográficos, de desenvolvimento, de infraestrutura, de logística, de oportunidades empresariais e expectativas econômicas futuras

Região Nordeste: Dados econômicos, sociais e geográficos, de desenvolvimento, de infraestrutura, de logística, de oportunidades empresariais e expectativas econômicas futuras

Região Sudeste: Dados econômicos, sociais e geográficos, de desenvolvimento, de infraestrutura, de logística, de oportunidades empresariais e expectativas econômicas futuras

Região Sul

Dados econômicos, sociais e geográficos, de desenvolvimento, de infraestrutura, de logística, de oportunidades empresariais e expectativas econômicas futuras do Paraná

Dados econômicos, sociais e geográficos, de desenvolvimento, de infraestrutura, de logística, de oportunidades empresariais e expectativas econômicas futuras do Santa Catarina

Dados econômicos, sociais e geográficos, de desenvolvimento, de infraestrutura, de logística, de oportunidades empresariais e expectativas econômicas futuras do Rio Grande do Sul

8 ECONOMIA DA REGIÃO

A economia estadual e regional no contexto nacional

A formação histórica da economia regional

A situação atual da economia na nossa região

A infraestrutura de apoio e a matriz produtiva regional.

Situação econômica regional, problemas, oportunidades e tendências futuras.

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

BRUM, Argemiro Jacob. O desenvolvimento econômico brasileiro. 24 ed. Petrópolis, Vozes/Unijui, 2004.

LACERDA, A. C.; BOCCHI, J. I.; MARQUES, R. M.; REGO, J. M.; BORGES, M. A. Economia brasileira. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

SOUZA, Jobson Monteiro de (Academia Pearson). Economia brasileira. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2009.

Bibliografia Complementar:

CLEMENTE, Ademir, HIGACHI, Hermes. Economia e desenvolvimento regional. São

Paulo: Atlas.

GREMAUD, Amaury Patrick. Economia brasileira contemporânea. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARIANO, Jefferson. Introdução a economia brasileira. São Paulo: Saraiva.

MARQUES, Rosa Maria; REGO, José Márcio; BORGES, Maria Angélica. Formação econômica do Brasil. São Paulo: Saraiva.

REGO, José Márcio; MARQUES, Rosa Maria (org.). Economia brasileira: uma introdução crítica. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

SOUZA, Nilson Araújo de. Economia brasileira contemporânea: de Getúlio a Lula. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2008.

Sites:

FEE. Diversas publicações e Site da Fundação de Economia e Estatística do Rio Grande do Sul (FEE).

IBGE. Diversas publicações e Site da Fundação de Economia e Estatística do Rio Grande do Sul (FEE).

11.16 ELABORAÇÃO E ANÁLISE DE PROJETOS I

Componente Curricular: Elaboração e Análise de Projetos I

Código: 67-133

Currículo 9 semestres: Oitavo **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Oitavo **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Economia/Administração

Ementa:

Estruturação de projetos. Componentes da estruturação e apresentação. Estudo de mercados. Estudo de investimentos. Estudo da localização. Orçamento: receita e despesa, financiamentos. Estudos iniciais de controle.

Objetivo:

Analisar e discutir os fundamentos na elaboração de projetos empresariais, tanto ao nível da estrutura, observação e análise, como também da apresentação.

Conteúdo Programático:

1 Planejamento e Projetos

Conceituação do momento empresarial: planejar versus projetar

Filosofia do planejamento

Diferenças entre Projeto e Programa

Tipos de Projetos

Quando se faz Projetos de Investimentos e de Viabilidade

2 Cuidados em Projetos

Relação Investir x Demanda x Ideia Criativa, Inovação

Perfil do investidor e do empreendedor

Etapas da Elaboração de Projeto de Investimento e de Viabilidade

3 A Elaboração do Projeto de Viabilidade em Partes

Introdução: Aspectos conceituais e estratégicos do negócio

Aspectos Econômicos Mercadológicos

Pesquisa e Descrição da Situação atual que se encontra o Mercado, Preço praticado pelo mercado

Marketing Mix: segmentação e estratégias de marketing pela método FOFA, 5 Forças do Mercado, SAP e 4Ps

Localização e Logística

Escala e tamanho

Aspectos Técnicos e de Engenharia

Planta

Fluxograma

Laudos técnicos e licenças

Aspectos Econômicos Financeiros

Necessidades x Orçamentos

Previsão de investimentos

Capital de giro

Composição do capital

Financiamento e garantias

Cronograma de Execução e Cronograma de Desembolso

Aspectos Jurídicos e Legais

Aspectos de Sanidade e Meio Ambiente

Saúde, Sanidade e Segurança

Higiene e Limpeza

Meio Ambiente x Poluição

Aspectos Contábeis, Receitas e Custos

Projeção de Receitas sobre vendas

Projeção de Custo e despesas de produção e operacionalização

Aspectos Técnicos de Viabilidade e Avaliação do Retorno: Projeção do Fluxo de Caixa, TIR, TIR-M, VPL, PE, Payback descontado, Análise B/C e outros indicadores

Parecer Técnico, Conclusão e Recomendações, Finalizações

4 Análise de Projetos Elaborados

Consistência, Solidez e Coerência

Adequação as linhas ou programas enquadrados

Retorno e Viabilidade

Indicadores e Análise do Projetado versus o realizado

5 Aspectos atuais, novidades e tendências na área

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

CLEMENTE, Ademir. Projetos empresariais e públicos. 3.ed. São Paulo, SP: Atlas, 2008.

KASSAI, José Roberto, et al. Retorno do Investimento. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2000. (FIEPECAFI).

WOILER, Samsao; MATHIAS, Washington Franco. Projetos: planejamento, elaboração e análise. 2. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2008.

Bibliografia Complementar:

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

Saraiva, 2008.

BERNARDI, L. A. Manual de plano de negócios: fundamentos, processos e estruturação. São Paulo: Atlas, 2010.

LAPPONI, Juan Carlos. Projetos de investimento na empresa. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

MENDES, Luis Augusto Lobo. Projeto empresarial. São Paulo: Saraiva, 2011.

SOUZA, Acilon Batista de. Projetos de Investimentos de Capital: elaboração, análise e tomada de decisão. São Paulo: Atlas, 2003.

TORRES, Oswaldo Fadigas Fontes. Fundamentos da engenharia econômica e da análise econômica de projetos. São Paulo: Thomson, 2006.

11.17 EMPREENDEDORISMO E FORMALIZAÇÃO DO NEGÓCIO

Componente Curricular: Empreendedorismo e Formalização do Negócio

Código: 60.582

Currículo 9 semestres: Primeiro **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Primeiro **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Desenvolver conceitos de Empreendedorismo. Desenvolver o capital humano para se tornar empreendedor. Estilos gerenciais das organizações empreendedoras na era do conhecimento. Empreendedorismo, mudança, criação, iniciativa e inovação como desafios do administrador e das empresas. Como constituir uma empresa. Aspectos legais e formas de criação e registro de empresas. Atualidades, novidades e tendências em empreendedorismo e em formação de empresas.

Objetivo:

Proporcionar aos participantes uma reflexão sobre a importância do reconhecimento de suas características como empreendedor na gestão, possibilitando um melhor entendimento sobre seu próprio comportamento.

Conteúdo Programático:

1 História da Gestão e Empreendedorismo

Conceitos de Empreendedorismo

Os Mandamentos do Empreendedor

2 Perfil do empreendedor e do Executivo

Quem é empreendedor

O que é ser um executivo empreendedor

3 Busca de novas oportunidade e de novos negócios

4 Visão sistêmica, inconformismo e iniciativa como ferramentas empreendedoras

5 Análise de risco

6 Busca de informações, Planejamento, Plano de Negócio e Plano de Marketing como ferramentas para empreender melhor

7 Planejamento e monitoramento

8 Persistência e comprometimento

9 Tópicos atuais, novidades e tendências em empreendedorismo

10 Formas legais de constituição da Empresa

11 Estatuto e Contrato Social

12 Melhor enquadramento tributário, tamanho da empresa, forma societária

13 Como ser um empreendedor individual legalizado

14 Passos para Registro legal do empreendimento: como abrir a empresa

15 Tópicos atuais, novidades e tendências na constituição de novas empresas

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Câmpus, 2008.

DOLABELA, F. O Segredo de Luísa. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2002.

LAMOTTE, Sebastiao Nunes. Manual prático de registro na Junta Comercial: firma

individual, sociedade limitada.

IUDICÍBUS, Sérgio de. Contabilidade comercial. 3.ed São Paulo: Atlas, 1995.

Bibliografia Complementar:

BERNARDES, Cyro. Você pode criar empresas. São Paulo: Saraiva.

BESSANT, John; TIDD, Joe. Inovação e empreendedorismo. Porto Alegre: Bookman, 2009.

CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo, SP: Saraiva, 2005.

DEGEN, Ronald Jean. O empreendedor: empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

FARAH, O. E.; CAVALCANTI, M.; MARCONDES, L. P. (Orgs.). Empreendedorismo estratégico: criação e gestão de pequenas empresas . São Paulo: Cengage Learning, 2008.

HISRICH, Robert D; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. Empreendedorismo. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

JULIEN, P. A. Empreendedorismo regional e economia do conhecimento. São Paulo: Saraiva, 2010.

MARINS, Luiz. Ninguém é empreendedor sozinho: o novo homo habilis. São Paulo: Saraiva.

ORTIGARA, A. A. A cabeça do empreendedor: o pensamento do fundador de uma empresa de sucesso. Florianópolis: Insular, 2008.

11.18 ENGENHARIA ECONÔMICA E FINANCEIRA I

Componente Curricular: Engenharia Econômica e Financeira I

Código: 60.599

Currículo 9 semestres: Terceiro **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Terceiro **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Os cálculos financeiros aplicados às organizações e negócios. Juros simples e compostos. Desconto Simples e Composto. Taxas. Atualidades, novidades e tendências na área da engenharia econômica e financeira.

Objetivo:

Desenvolver os cálculos e as aplicações de juros simples e compostos, descontos, em situações práticas de organizações e de negócios.

Conteúdo Programático:

1. JURO SIMPLES APLICADO À NEGÓCIOS E GESTÃO

Regime de juros simples – formulas derivadas.

Diagramas de Capital no tempo-homogeneidade entre taxa e tempo.

Taxa equivalente, períodos não inteiros, juro exato e juro comercial, valor atual e valor nominal.

Montante, valor atual, taxa proporcional, tempo.

Aplicações e exemplos práticos em Administração

2. DESCONTOS SIMPLES APLICADO À NEGÓCIOS E GESTÃO

Desconto racional ou desconto "por dentro", desconto comercial ou desconto "por fora", desconto bancário, taxa de juros efetiva, relação entre descontos racional e comercial –valor atual, valor nominal..

Taxa média, vencimento médio.

Aplicações e exemplos práticos em Administração

3. EQUIVALÊNCIA DE CAPITAIS E SUA APLICAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

Definições, data focal, equação de valor, capitais equivalentes.

Equivalência de capitais, com desconto comercial e com desconto reacional.

Conjuntos equivalentes de capitais.

Aplicações e exemplos práticos em Administração

4. JUROS COMPOSTOS APLICADO A NEGÓCIOS E GESTÃO

Juro e montante, diferença dos regimes de capitalização.

Montante, cálculo do juro, valor atual e valor nominal, taxas equivalentes períodos não inteiros, convenção Linear e a exponencial, taxa efetiva e nominal, capitalização contínua

Aplicações e exemplos práticos em Administração

5. DESCONTO COMPOSTO APLICADO A NEGÓCIOS E GESTÃO

Desconto racional, desconto comercial, taxa efetiva e taxa nominal, desconto bancário – calculo de taxa e do tempo.

Desconto Simples versus Desconto Composto

Aplicações e exemplos práticos em Administração

6. EQUIVALÊNCIA DE CAPITAIS A JUROS COMPOSTOS APLICADO A NEGÓCIOS

Fluxo de Caixa

Data focal

Equivalência com desconto racional e comercial

Aplicações e exemplos práticos em Administração

7. TÓPICOS DE MATEMÁTICA COMERCIAL APLICADA A NEGÓCIOS

Aplicações da Engenharia Econômica e Financeira nos negócios das empresas e das pessoas

Tópicos atuais e tendências em Engenharia Econômica e Financeira

Como usar planilhas eletrônicas e calculadoras financeiras e suas aplicações

Aplicações e exemplos práticos em Administração

8. ATUALIDADES, NOVIDADES E TENDÊNCIAS NA ÁREA

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

CRESPO, Antonio Arnto. Matemática comercial e financeira fácil. São Paulo: Saraiva, 2009.
MATHIAS, Washington Franco; GOMES, Jose Maria. Matemática financeira: com + de 600 exercícios resolvidos e propostos. 3.ed São Paulo, SP: Atlas, 2002.
SAMANEZ, Carlos Patricio. Matemática financeira: aplicações à análise de investimentos . 4. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

Bibliografia Complementar:

ARAÚJO, Emilio E Volz Matemática financeira para executivos. Porto Alegre: Ortiz 2002.
FEIJÓ, Ricardo. Matemática financeira conceitos econômicos e cálculo diferencial/ utilização da HP-12C e planilha Excel. São Paulo: Atlas, 2009.
KUHLEN, Osmar Leonardo e BAUER, Uriberto Reinoldo. Matemática Financeira Aplicada e Análise de Investimentos. São Paulo: Atlas, 2005.
PIRES, Lúcio Magno. Matemática financeira com uso do excel e HP12C. Brasília: SENAC, 2009.
VIEIRA SOBRINHO, Jose Dutra. Matemática financeira. São Paulo: Atlas, 2002.

11.19 ENGENHARIA ECONÔMICA E FINANCEIRA II

Componente Curricular: Engenharia Econômica e Financeira II

Código: 60.600

Currículo 9 semestres: Quarto **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Quarto **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Os cálculos financeiros aplicados às organizações e negócios. Rendas: imediatas, antecipadas e diferidas. Amortização: sistemas de amortização progressiva e sistema do fundo de amortização. Depreciação. Números índices. Tipos de financiamentos e investimentos. Atualidades, novidades e tendências em Engenharia econômica e financeira.

Objetivo:

Dar subsídios para o gestor na aplicação e resolução de problemas sobre os vários tipos de renda e comparar os vários sistemas de amortização selecionando o melhor para cada caso.

Conteúdo Programático:

1. RENDAS, ANUIDADES OU SÉRIES UNIFORMES DE PAGAMENTOS APLICADO A NEGÓCIOS E GESTÃO

Classificação - prazo, valor, forma, período.

Modelo básico de anuidade - cálculo relativo ao valor presente

Modelo básico de anuidade - cálculo relativo ao montante

Anuidade antecipada em relação ao valor atual.

Anuidade antecipada em relativa ao montante.

2. AMORTIZAÇÃO APLICADO A NEGÓCIOS E GESTÃO

Amortização de uma dívida - definições

Amortização num só pagamento- a juros simples e a juros compostos.

Sistemas de amortização- definição

Depreciação: compra locação arrendamento

Sistema Francês de Amortização (Tabela Price), com prazo de utilização unitário com e sem carência.

Sistema de Amortização Constante (SAC)

Sistema de Amortização Misto (SAM)

Análise comparativa dos sistemas, Price,SAC,SAM

Sistema Americano

3. NÚMEROS ÍNDICES APLICADO A NEGÓCIOS E GESTÃO

Aplicação de números índices

Preços relativos

Propriedade de preços relativos

Valores relativos

Problemas que envolvem números índices

4.ENGENHARIA ECONÔMICA E FINANCEIRA APLICADA

Aplicação da Engenharia Econômica e Financeira na prática da Administração

A Engenharia Econômica e Financeira desenvolvida na Calculadora Financeira

A Engenharia Econômica e Financeira desenvolvida na Planilha Eletrônica

5. FINANCIAMENTOS, EMPRÉSTIMOS E APLICAÇÕES

Cálculos de financiamento e juros da habitação

Cálculos de financiamento e juros agrícolas

Cálculos de financiamento e juros de investimentos empresariais

Cálculos e Juros de Empréstimos pessoais

Cálculos e Juros de cheque especial e cartão de crédito

Cálculos e Juros de Empréstimos para capital de giro

Cálculos e Juros de Empréstimos de veículos

Cálculos e Juros de Empréstimos consignados e microcrédito

Cálculos e Juros de Prestações em Lojas: riscos e cuidados do consumidor

Cálculos e Juros de atualização de aluguel, seguro, mensalidade e outros

Cálculos e Juros de Vendas por Consórcio: lógica e mecanismo de funcionamento

Cálculos e Juros de Previdência Privada

Cálculos e Juros de Aplicações diversas

Cálculos de financiamento e juros de produtos em geral

6. TÓPICOS ATUAIS, NOVIDADES E TENDÊNCIAS NA ÁREA

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

KUHNEN, Osmar Leonardo e BAUER, Uriberto Reinoldo. Matemática Financeira Aplicada e Análise de Investimentos. São Paulo: Atlas, 2005.

SAMANEZ, Carlos Patricio. Matemática financeira: aplicações à análise de investimentos . 4. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

VIEIRA SOBRINHO, Jose Dutra. Matemática financeira. São Paulo: Atlas, 2002.

Bibliografia Complementar:

ARAÚJO, Emilio E Volz Matemática financeira para executivos. Porto Alegre: Ortiz 2002.

BRUNI, Adriano Leal; FAMÁ, Rubens. Matemática financeira: com HP 12C e Excel. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

CRESPO, Antonio Arnto. Matemática comercial e financeira fácil. São Paulo: Saraiva, 2009.

FARIA, Rogério Gomes de. Matemática comercial e financeira: com exercícios e cálculos em Excel e HP-12C. 6.ed São Paulo: Atica, 2007.

MATHIAS, Washington Franco; GOMES, Jose Maria. Matemática financeira: com + de 600 exercícios resolvidos e propostos. 3.ed São Paulo, SP: Atlas, 2002.

11.20 ESTÁGIO DE CONCLUSÃO DE CURSO I

Componente Curricular: Estágio de Conclusão de Curso I

Código: 60.585

Currículo 9 semestres: Sétimo **Créditos:** 08 **Horas:** 120

Currículo 8 semestres: Sexto **Créditos:** 08 **Horas:** 120

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Estágio, prática e vivência empresarial ou práticas em laboratório. Diagnóstico sobre gestão em uma organização de pequeno porte; ou unidade, filial ou setor de empresa de médio ou grande porte; ou pesquisa laboratorial, preferencialmente na área de formação escolhida na linha específica com levantamento de dados gerais das atividades administrativas e produtivas, levando em conta o PODCI, apontando a situação em que a empresa se encontra. Relatório do diagnóstico apontando a situação encontrada e as áreas apontadas como fortes e frágeis ou relatório de práticas laboratoriais.

Objetivo:

Possibilitar ao acadêmico a interação prática dentro das organizações com experiências das diversas áreas da administração e suas respectivas linhas, permitindo a aplicação prática dos conhecimentos teóricos obtidos no decorrer do Curso de Administração. Instigar a capacidade de análise, planejamento, sistematização lógica, síntese e tomada de decisão nos diferentes aspectos do estudo em elaboração.

Conteúdo Programático:

1 Escolha da empresa e vivência prática dentro empresa através do estágio

2 Vivência prática e constante dentro da organização durante o período de estágio

3 Revisão teórica de conhecimentos básicos de gestão (PODCI) de modo a fundamentar o diagnóstico

4 Aplicação do Diagnóstico, descrição situacional e relatório do diagnóstico da empresa, ou setor, unidade, filial, quando for empresa de médio e porte maior.

5 Elaboração e Entrega do Relatório de Estágio I

Dados Básicos e Histórico da organização

Situação da empresa atualmente

Apontar as fortalezas e fragilidades da organização.

Definir, conjuntamente com a empresa, área e assunto que se desenvolverá estágios seguintes.

Obs.: Estágio de Conclusão de Curso I será regido por normas próprias previstas no Manual de Estágio em Administração elaborado pela Universidade.

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento e sua aplicação prática, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, professor orientador, dentre outros. Demais critérios e métodos constarão no Manual específico sobre estágio.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como banca qualificadora ou banca avaliadora, dentre outros. Demais critérios e métodos constarão no Manual específico sobre estágio.

Bibliografia Básica:

COOPER, Donald R; SCHINDLER, Pamela S. Métodos de pesquisa em administração. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia

para pesquisas, projetos, estágios e trabalhos de conclusão do curso. 3.ed São Paulo, Atlas, 2006.

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

Bibliografia Complementar:

AITA, Ana Lucia Gubiani. Instruções Gerais de Normatização Científica. Frederico Westphalen: URI, 2009.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. Rio de Janeiro: ABNT. (Edição e Ano atualizada conforme novas publicações da ABNT)

BENI, Mário Carlos. Análise estrutural do turismo. 12 ed. São Paulo: Ed. SENAC, 2007.

BERHENDS, Frederico. Comércio exterior. 8. ed. São Paulo: IOB Thompson, 2006.

DORNELLES, G. S. Metagestão: a arte do diálogo nas organizações. São Paulo: Saraiva, 2006.

FERREIRA, A. A. Gestão empresarial: de Taylor aos nossos dias, evolução e tendências da moderna administração empresarial. São Paulo: Pioneira, 2000.

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

LAKATOS, Eva Maria. MARCONI, Marina Andrade. Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projetos e relatórios, publicações e trabalhos científicos. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

OLIVEIRA, D. P. R., Manual de gestão de cooperativas: uma abordagem prática. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

OLIVEIRA, D. P. R. Manual de avaliação de empresas e negócios. São Paulo: Atlas 2004.

11.21 ESTÁGIO DE CONCLUSÃO DE CURSO II

Componente Curricular: Estágio de Conclusão de Curso II

Código: 60.586

Currículo 9 semestres: Oitavo **Créditos:** 4 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Sétimo **Créditos:** 4 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Estágio, prática e vivência empresarial ou práticas em laboratório. A construção do Projeto de Estágio de Conclusão de Curso III aplicado à área que percebeu a necessidade na empresa ou na pesquisa laboratorial e preferencialmente voltado a linha de formação onde o acadêmico teve mais consistente formação no decorrer do curso.

Objetivo:

Possibilitar ao acadêmico o contato com a prática das organizações e a interação com experiências das diversas áreas da administração e suas respectivas linhas, permitindo a aplicação dos conhecimentos teóricos obtidos no decorrer do Curso de Administração. Desenvolver no estudante o desejo de pensar como um planejador de uma ação de Administração que fará no estágio seguinte, através da elaboração do Projeto de Estágio de Conclusão de Curso III.

Conteúdo Programático:

- 1. Pensar e decidir que tipo de intervenção ou proposta de melhoria (ferramentas, planos, ações, dentre outros) e método que será feito para a organização baseado no que o diagnóstico do Estágio de Conclusão de Curso I apontou**
- 2. Aprofundamento teórico do assunto que fará o projeto de estágio baseado no que foi definido**
- 3. Vivência prática e constante dentro da organização durante o período de estágio**

4. Elaboração do Projeto de Estágio de Conclusão de Curso III que servirá como o planejamento das ações de Administração que o aluno fará no próximo estágio, que deverá ter no passo-a-passo:

Introdução

Identificação do empreendimento, dos estagiários e da Instituição de Ensino

Histórico da Organização

Justificativa: Motivações pessoais do estudo e Relato Simplificado da Situação Atual da Organização que justifica esse estudo (baseado no diagnóstico)

Questão do Estudo e Objetivos

Questão do estudo

Objetivo Geral

Objetivos Específicos

Revisão da Literatura (sobre a área que desenvolverá o estudo e o PODCI)

Metodologia

Classificação do estudo

Plano de Coleta de Dados

Plano de Análise e Interpretação dos Dados

Proposta de Sistematização do Estudo

Cronograma e Orçamento

Resultados Esperados

Referências

Anexos e Apêndices

5. Banca de Qualificação do Projeto de Estágio de Conclusão de Curso III

Obs.: Estágio de Conclusão de Curso II será regido por normas próprias previstas no Manual de Estágio em Administração elaborado pela Universidade.

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento e sua aplicação prática, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e

atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, professor orientador, dentre outros. Demais critérios e métodos constarão no Manual específico sobre estágio.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como banca qualificadora ou banca avaliadora, dentre outros. Demais critérios e métodos constarão no Manual específico sobre estágio.

Bibliografia Básica:

COOPER, Donald R; SCHINDLER, Pamela S. Métodos de pesquisa em administração. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. . Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para pesquisas, projetos, estágios e trabalhos de conclusão do curso. 3.ed São Paulo, Atlas, 2006.

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

Bibliografia Complementar:

AITA, Ana Lucia Gubiani. Instruções Gerais de Normatização Científica. Frederico Westphalen: URI, 2009.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. Rio de Janeiro: ABNT. (Edição e Ano atualizada conforme novas publicações da ABNT)

BATALHA, M. O. (org.). Gestão agroindustrial. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

BENI, Mário Carlos. Análise estrutural do turismo. 12 ed. São Paulo: Ed. SENAC, 2007.

BERHENDS, Frederico. Comércio exterior. 8. ed. São Paulo: IOB Thompson, 2006.

DORNELLES, G. S. Metagestão: a arte do diálogo nas organizações. São Paulo: Saraiva, 2006.

FERREIRA, A. A. Gestão empresarial: de Taylor aos nossos dias, evolução e tendências da

moderna administração empresarial. São Paulo: Pioneira, 2000.

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

LAKATOS, Eva Maria. MARCONI, Marina Andrade. Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projetos e relatórios, publicações e trabalhos científicos. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

OLIVEIRA, D. P. R., Manual de gestão de cooperativas: uma abordagem prática. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

OLIVEIRA, D. P. R. Manual de avaliação de empresas e negócios. São Paulo: Atlas 2004.

11.22 ESTÁGIO DE CONCLUSÃO DE CURSO III

Componente Curricular: Estágio de Conclusão de Curso III

Código: 60.594

Currículo 9 semestres: Nono **Créditos:** 8 **Horas:** 120

Currículo 8 semestres: Oitavo **Créditos:** 8 **Horas:** 120

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Estágio, prática e vivência empresarial ou prática laboratorial. Aplicação orientada na prática do que está previsto no Projeto de Estágio de Conclusão de Curso III na respectiva empresa ou no laboratório onde o estudante faz o estágio, preferencialmente na área de formação escolhida na linha específica. Desenvolvendo capacidade de análise, criação, interpretação, intervenção e escrita mediante a elaboração e apresentação de uma ferramenta, manual, cartilha, proposta, Plano de ação, pesquisa comparada ou pesquisa de situação específica e do Relatório de Estágio de Conclusão de Curso III. Contribuir, através dessa intervenção ou proposta para a melhoria ou um novo método de gestão para alguma área da empresa ou na organização como um todo, ou apresentando um estudo de laboratório com sugestões pertinentes, se limitando aos assuntos ao qual o acadêmico tenha obtido formação durante os anos que está estudando na graduação em Administração e que tenha alguma relação com sua linha de formação.

Objetivo:

Possibilitar ao acadêmico a interação com experiências das diversas áreas da administração e suas respectivas linhas, permitindo a aplicação prática dos conhecimentos teóricos obtidos no decorrer do Curso de Administração. Instigar a capacidade de análise, planejamento, sistematização lógica, síntese e tomada de decisão nos diferentes aspectos do estudo em elaboração.

Conteúdo Programático:

1. Vivência prática e constante dentro da organização durante o período de estágio

2. Leitura e aprofundamento teórico permanente sobre o assunto que está atuando

3. Elaboração e/ou aplicação da proposta prevista no projeto

4. Elaboração de relatório de conclusão de curso onde descreva todas as contribuições desenvolvidas no estágio de conclusão de curso III

5. Banca de defesa das atividades executadas no estágio III

Obs.: Estágio de Conclusão de Curso III será regido por normas próprias previstas no Manual de Estágio em Administração elaborado pela Universidade.

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento e sua aplicação prática, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, professor orientador, dentre outros. Demais critérios e métodos constarão no Manual específico sobre estágio.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como banca qualificadora ou banca avaliadora, dentre outros. Demais critérios e métodos constarão no Manual específico sobre estágio.

Bibliografia Básica:

COOPER, Donald R; SCHINDLER, Pamela S. Métodos de pesquisa em administração. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. . Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para pesquisas, projetos, estágios e trabalhos de conclusão do curso. 3.ed São Paulo, Atlas, 2006.

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

Bibliografia Complementar:

AITA, Ana Lucia Gubiani. Instruções Gerais de Normatização Científica. Frederico Westphalen: URI, 2009.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. Rio de Janeiro: ABNT. (Edição e Ano atualizada conforme novas publicações da ABNT)

BATALHA, M. O. (org.). Gestão agroindustrial. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

BENI, Mário Carlos. Análise estrutural do turismo. 12 ed. São Paulo: Ed. SENAC, 2007.

BERHENDS, Frederico. Comércio exterior. 8. ed. São Paulo: IOB Thompson, 2006.

DORNELLES, G. S. Metagestão: a arte do diálogo nas organizações. São Paulo: Saraiva, 2006.

FERREIRA, A. A. Gestão empresarial: de Taylor aos nossos dias, evolução e tendências da moderna administração empresarial. São Paulo: Pioneira, 2000.

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

LAKATOS, Eva Maria. MARCONI, Marina Andrade. Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projetos e relatórios, publicações e trabalhos científicos. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

OLIVEIRA, D. P. R., Manual de gestão de cooperativas: uma abordagem prática. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

OLIVEIRA, D. P. R. Manual de avaliação de empresas e negócios. São Paulo: Atlas 2004.

11.23 ESTATÍSTICA

Componente Curricular: Estatística

Código: 10-103

Currículo 9 semestres: Segundo **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Segundo **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Departamento de Ciências Exatas e da Terra

Área de conhecimento/aplicação: Matemática / Administração

Ementa:

Conceitos Básicos. Variáveis em estatística. Representação tabular e gráfica de dados estatísticos. Medidas de tendência central e de variabilidade. Introdução à probabilidade. Distribuição Normal. Correlação e Regressão Linear. Estimação pontual e intervalar para a média e a proporção. Testes de significância para a média. Utilização de programas estatísticos.

Objetivos:

Oportunizar que os alunos consigam observar, descrever e analisar fenômenos que os cercam, com capacidade de transformá-los em dados estatísticos para poder melhor entender e interpretá-los, desenvolvendo a compreensão intuitiva da estatística e do raciocínio estatístico, capacidade de tabular valores de uma amostra, condições de elaborar e interpretar gráficos, conhecimento para distinguir e calcular médias centrais e de interpretar gráficos.

Conteúdo Programático

Aspectos básicos da estatística

Variáveis em estatística

Fases do método estatístico

Séries estatísticas

Conceito e classificação

Representação gráfica e aplicações

Distribuição de frequência

Elementos principais

Organização de distribuição de frequências

Representação gráfica
Medidas de tendência central
Medidas de dispersão
Probabilidade
Introdução, espaço amostral e eventos
Distribuição de probabilidade
Amostragem
Amostragem aleatória
Tipos de amostragem
Como calcular uma amostra ideal
Distribuição de médias amostrais
Distribuição de proporções amostral
Distribuição amostral do número de ocorrências
Estimativas pontuais e intervalares
Estimação da média de uma população
Intervalos de confiança
Testes unilaterais e bilaterais
Erros tipo I e II
Regressão e correlação
Análise da regressão
Método dos mínimos quadrados
Análise de correlação
Números e índices
Considerações e problemas especiais
Análise das séries temporais
Variações cíclicas e irregulares
Variações irregulares
Análise fatorial
Itens e técnicas estatísticas aplicadas a Administração
Casos práticos de aplicação da estatística na Administração
Atualidades, novidades e tendências na área

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

CRESPO, Antonio Arnot. Estatística básica. São Paulo. Editora Saraiva 2005

SOARES, J. F. Introdução à estatística. Rio de Janeiro. Livros Técnicos e Científicos Editora 2003

MORETTIN, L. G. Estatística básica.; Volumes 1 e 2 . São Paulo: Makron Books do Brasil Editora Ltda , 2002

Bibliografia Complementar:

BARRETA, Pedro Alberto, Estatística aplicada às Ciências Sociais. Santa Catarina, Editora da UFSC.

KASMIER , L. J. Estatística aplicada a Economia e Administração. MCGraw-Hill do Brasil, São Paulo 1992

NEUFELD, John L. Estatística aplicada à administração usando excel. São Paulo, SP: Prentice Hall, 2003.

SILVA, E. M. Estatística para cursos de Administração, Ciências Contábeis e Economia. Volumes 1 e 2 Atlas, São Paulo, 1995

STEVENSON, William J. Estatística aplicada a administração. São Paulo, Harper & Row do Brasil, 2001.

11.24 FILOSOFIA A

Componente Curricular: Filosofia A

Código: 70-439

Currículo 9 semestres: Nono **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Sétimo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Humanas

Área de conhecimento/aplicação: Filosofia / Administração

Ementa:

Introdução do aluno à filosofia, sua existência e a necessidade de iniciar-se no seu estudo. Discute a filosofia como atitude e interpretação do mundo. Trata, ainda, da filosofia do nosso tempo a partir da reflexão sobre questões que deem conta da contextualização do mundo contemporâneo, ocupando-se fundamentalmente de temas como: o ser, o conhecer e o agir.

Objetivos:

Possibilitar aos alunos o contato com as grandes escolas e grandes expoentes do pensamento filosófico através dos tempos.

Proporcionar aos alunos condições e instrumentos na busca de uma base que sirva de quadro de referência para todo o saber.

Colocar à disposição dos alunos as regras do bem pensar e os métodos de produção do saber.

Conteúdo Programático:

1. Origem histórica da Filosofia

A tarefa da filosofia;

Senso Comum e Senso Crítico;

2. A Condição humana: o lugar do humano na atual sociedade do consumo;

A questão da justiça;

3. Filosofia e Trabalho: o mundo do trabalho

Conflitos entre trabalho e realização

Filosofia, técnica e alienação;

4. Ética e o mundo dos valores

Ética e Administração

Questões emergentes de ética na contemporaneidade;

5. Sociedade e política

Ideologia e aparelhos ideológicos;

6. Filosofia e Administração: aspectos históricos e fundamentais

Filosofia e Cultura empresarial

A questão da liberdade individual na administração

Administração e Comunicação

7. Tópicos atuais, novidades e tendências filosóficas contemporâneas.

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

Aranha, Maria Lúcia de Arruda e MARTINS, Maria Helena Pires. *Filosofando: introdução à filosofia*. São Paulo: Moderna, 1997.

CHAUI, Marilena. *Convite à filosofia*. São Paulo: Ática, 1998.

MORRIS, Tom. *A nova alma do negócio: como a filosofia pode melhorar a produtividade da sua empresa*. Rio de Janeiro: Câmpus, 1998.

Bibliografia Complementar:

GARDEN, Jostein. *O mundo de Sofia*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

ARANHA, Maria Lúcia de Arruda. *Temas de Filosofia*. São Paulo: Moderna, 1999.

COTRIM, Gilberto. *Fundamentos da filosofia: história e grandes temas*. 16.ed. São Paulo, SP: Saraiva, 2006

DORNELLES, G. S. *Metagestão: a arte do diálogo nas organizações*. São Paulo: Saraiva, 2006.

REALE, Giovanni; ANTISERI, Dario. *História da filosofia*. 2.ed São Paulo, SP: Paulus, 2007

MATTAR, João. *Filosofia e Administração*. São Paulo: Markron Books do Brasil Editora, 1997.

11.25 FUNDAMENTOS DE MARKETING

Componente Curricular: Fundamentos de Marketing

Código: 60.276

Currículo 9 semestres: Terceiro **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Terceiro **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Evolução do Marketing, conceitos centrais de marketing e sua abrangência. Mensuração da demanda de mercado. Sistemas de Marketing e gestão das informações de marketing e os estudos sobre o comportamento do consumidor.

Objetivos:

Analisar e discutir os fundamentos e objetivos da administração mercadológica, bem como analisar o instrumental de trabalho do administrador mercadológico e sua adaptação à solução de problemas nas empresas, tornando as decisões mais eficientes para o alcance da efetividade da organização.

Identificar, selecionar e interpretar as variáveis que propiciam a interação da empresa com o meio ambiente, desenvolvendo condições de avaliar as situações de mercado e encontrando alternativas que facilitem a tomada de decisão, procurando a solução dos problemas mercadológicos das organizações.

Conteúdo Programático:

1 Princípios de marketing e construção de relacionamento

Marketing em um mundo em mutação: Criando valor e satisfação

Definição de marketing, necessidade, desejos e demandas; produtos; valor, satisfação e qualidade, troca, transações e relacionamentos;

A diferença do marketing e da publicidade e propaganda

Filosofias de administração de marketing.

Mercados e o Marketing

A conquista de mercados: Planejamento estratégico orientado para o mercado. Planejamento Estratégico de Marketing; Planejando o portfolio de negócios; Planejamento estratégico e pequenas empresas; o processo de marketing.

2 Análise das oportunidades de mercado: uma introdução geral

O ambiente de marketing: o microambiente da empresa e o macroambiente da empresa sendo estudado para ter diagnóstico do mercado e da empresa visando montagem de estratégias.

A FOFA no Marketing

Introdução ao Composto do Marketing e os 4P's

Introdução ao método SAP: Segmento, Alvo, Posicionamento

Os componentes de um moderno Sistema de Informações de Marketing (S.I.M)

Sistema de registros internos,

Sistema de inteligência de marketing,

Sistema de pesquisa de marketing,

Sistema de apoio a decisões de marketing, previsão e mensuração da demanda.

Mercados de consumo e comportamento do consumidor

Um modelo de comportamento do consumidor;

Fatores que influenciam o comportamento de compra;

O processo de decisão de compra;

Os estágios do processo de compra.

Mercados Diversos

Mercados organizacionais e comportamento do comprador organizacional

Mercados internacionais; Comportamento do comprador internacional

Mercados institucionais e governamentais: compras governamentais.

3 Princípios do Plano de marketing

Conteúdo do plano de Marketing

Princípios para a Elaboração do plano de marketing

4 Atualidades, novidades e tendências em marketing

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do

conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

AMBRÓSIO, Vicente; SIQUEIRA, Rodrigo. Plano de marketing passo a passo: serviços. Rio de Janeiro: Universidade Federal de Rondônia, 2002.

DIAS, Ribeiro Sampaio. Gestão de Marketing. São Paulo: Saraiva, 2006.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de Marketing. 12.ed São Paulo, SP: Prentice Hall, 2007.

Bibliografia Complementar:

COBRA, Marcos. Administração de marketing no Brasil. São Paulo: Cobra, 2003.

HUTT, Michael, D. B2B: Gestão de Marketing em Mercados Industriais e Organizacionais. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Plano de Marketing para micro e pequena empresa. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

PIATO, Éderson Luiz, et al. Gestão de marcas próprias. São Paulo: Atlas, 2011.

PINHEIRO, Duda; GULLO, José. Fundamentos de marketing: suporte às estratégias de negócios das pequenas empresas – inclui gestão da comunicação integrada de marketing. São Paulo: Atlas, 2011.

11.26 FUNDAMENTOS DO AGRONEGÓCIO

Componente Curricular: Fundamentos do Agronegócio

Código: 60.418

Currículo 9 semestres: Segundo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Segundo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Conceitos e princípios básicos do agronegócio. Introdução ao Gerenciamento dos sistemas agroindustriais. A inter-relação entre os elos das cadeias produtivas. A Gestão da produção rural no agronegócio. As características dos empreendimentos rurais. A pluriatividade. O agronegócio e a região. A agricultura familiar e desenvolvimento sustentável. O associativismo e o cooperativismo no agronegócio. Tópicos contemporâneos em Agronegócio. Tendências do Agronegócio.

Objetivos:

Proporcionar ao profissional da área de administração a compreensão do ambiente das organizações do agronegócio, de forma a permitir uma visão sistêmica, capacitando-o para atuar nesse meio.

Capacitar o aluno para compreender os conceitos, princípios, abrangência e limitações da gestão em agronegócios. Compreender as organizações rurais sob o enfoque das cadeias de produção e do agronegócio. Integrar conceitos diversos nas práticas de gestão administrativa, enfocando a especificidade do setor agronegocial. Fomentar a discussão do objeto e da prática da administração rural. Discutir novas alternativas de negócios no espaço rural.

Conteúdo Programático:

1 Gerenciamento de sistemas agroindustriais

Definições

Conceito de agribusiness/agronegócios

Análise de cadeia de produção

Níveis de análise do sistema agroindustrial

As principais mudanças e tendências do agribusiness: “antes da porteira”, “dentro da porteira” e “depois da porteira”.

2 Gestão da produção rural no agronegócio

Cenário do agronegócio no Brasil

Caracterização dos empreendimentos rurais

Gestão do empreendimento rural

Estratégias para empreendimentos rurais

3 A empresa rural

A unidade de produção como negócio

A empresa e o empresário rural

Características da agricultura e o desempenho da empresa rural

Classificação da empresa rural

O processo administrativo

4 A agricultura e a agricultura familiar

Conjuntura econômica

Unidade econômica

Unidade familiar

Agroindústria familiar

5 Áreas e níveis empresariais relacionados às empresas rurais

Recursos de produção

Áreas de produção

Áreas de recursos de produção

Área de finanças

Área de comercialização e marketing

Níveis empresariais

6. Desenvolvimento Rural

Perspectivas teóricas do desenvolvimento rural

Ações: planos, programas e projetos de desenvolvimento rural
Os Atores no Desenvolvimento Rural

7. Atualidades, Novidades e Tendências do Agronegócio

8. A região e o agronegócio

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia básica:

- ARAUJO, M. Fundamentos de Agronegócios. São Paulo: Atlas, 2003.
BATALHA, M. O. Gestão Agroindustrial. São Paulo: Atlas, 2001.
CALLADO, A. A. C. Agronegócio. 2ª Ed. São Paulo: atlas, 2009.

Bibliografia Complementar:

- BROSE, M. Agricultura Familiar, Desenvolvimento Local e Política Pública. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 1999/2000.
COSTA, Antonio José de Oliveira. O poder da agricultura empresarial. São Paulo: Saraiva.
LIMA, A. J. de et al. Administração da Unidade de Produção Familiar. Ijuí: Unijuí, 1995.

NEVES, M. F; ZYLBERSZTAJN, D.; NEVES, E. M. Agronegócio no Brasil. São Paulo: Saraiva.

PELEGRINI, G. GAZOLLA, M. Agroindústria familiar no Rio Grande do Sul: Limites e potencialidades a sua reprodução social. Frederico Westphalen: Editora da URI, 2008.

SCHNEIDER, S. GAZOLLA, M. (ORG). Os atores do desenvolvimento Rural: Perspectivas teóricas e práticas sociais. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2011.

SOUZA, et al. A Administração da Fazenda. São Paulo: Globo, 1992.

TEDESCO, J. C. (Org.). Agricultura familiar: realidades e perspectivas. 3. Ed. Passo Fundo: Edipupf, 2001.

ZUIN, L. F. S.; QUEIROZ, T. R. Agronegócios: gestão e inovação. São Paulo: Saraiva.

11.27 FUNDAMENTOS DO COMÉRCIO EXTERIOR

Componente Curricular: Fundamentos do Comércio Exterior

Código: 60.417

Currículo 9 semestres: Segundo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Terceiro **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração/Administração

Ementa:

O novo ambiente competitivo e sua relação com o comércio exterior. O papel do comércio no âmbito mundial. Política brasileira de comércio exterior: órgãos anuentes e intervenientes. Fontes de informações sobre comércio exterior. Diferenças culturais. Internacionalização da empresa. Estrutura de comércio exterior na empresa. O papel do Administrador no comércio exterior. Noções de câmbio. Aspectos atuais do comércio exterior. Tendências em Comércio Exterior.

Objetivo:

Possibilitar a compreensão da estrutura brasileira de comércio exterior. Fornecer subsídios sobre os agentes envolvidos e sua motivação frente ao comércio exterior. Entender as formas da internacionalização das empresas. Despertar no aluno o entendimento da importância do comércio exterior.

Conteúdo Programático:

O novo ambiente competitivo: panorama da economia mundial. A economia mundial e o processo de globalização. Organismos internacionais. A competitividade das nações.

A política de comércio exterior no Brasil

Órgãos e entidades intervenientes no comércio exterior brasileiro

A interface administrativa, cambial e fiscal

Sistemas de apoio e fontes de informação sobre comércio exterior

Diferenças culturais: o papel das variáveis culturais na negociação

As empresas e a administração no cenário internacional: a competitividade das empresas

Estrutura de Comércio Exterior nas Empresas: gerenciamento das atividades.

O papel do Administrador no comércio exterior

As vantagens de ter a profissão de administração e focá-la na área do comércio exterior

A carreira internacional

Casos de sucesso profissional e empresarial na área internacional

Aspectos atuais, novidades e tendências no Comércio Exterior

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia básica:

SILVA, Luiz A. T. Gestão Global. São Paulo: Aduaneiras, 2008.

SOUZA, José M. Fundamentos do Comércio Internacional. São Paulo: Saraiva, 2009.

VAZQUEZ, José Lopes. Comércio exterior brasileiro. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

Bibliografia Complementar:

BEHRENDTS, Frederico L. Comércio exterior. 8 ed. Porto Alegre: IOB Thomson, 2006.

FARO, Ricardo. Curso de Comércio Exterior: visão e experiência Brasileira. São Paulo: Atlas, 2007.

GARCIA, Luiz Martins. Exportar: rotinas e procedimentos, incentivos e formação de preços.

8 ed. São Paulo: Aduaneiras, 2005.

LUDOVICO, Nelson. Como preparar uma Empresa para o Comércio Exterior. São Paulo: Saraiva, 2009.

KRAEMER, C. G. Frederico Luiz Behrends, modelo de gestão empresarial: consciência, coerência, conveniência e congruência. Frederico Westphalen: URI, 2008.

MINERVINI, Nicola. O exportador. 4 ed. São Paulo: Makron Books, 2005.

RACY, Joaquim Carlos (Org.). Introdução à gestão de negócios internacionais. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2006.

11.28 GESTÃO DE VENDAS

Componente Curricular: Gestão de Vendas

Código: 60.455

Currículo 9 semestres: Sexto **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Sexto **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Conceitos de Venda. Estratégias e posicionamento em vendas. Administração da força de vendas. Políticas de Comunicação em vendas. Características distintas de consumidores e de clientes reais e potenciais. Análise ambiental do mercado competitivo. Código de Defesa do Consumidor. Aspectos Atuais em Vendas. Tendências em Vendas.

Objetivo:

Oportunizar conhecimento acerca das estratégias de vendas e suas particularidades impostas pelo dinamismo do mercado e distinção das características e hábitos dos consumidores. Potencializar ações e otimizar as ferramentas de vendas dentro das organizações.

Conteúdo Programático:

Conceitos básicos de vendas e sua evolução ao longo dos tempos;

Definindo estratégias em vendas, venda pessoal, venda direta, massificação, vendas on-line; organização de venda por território, por cliente, por produtos. Orçamento em vendas;

Construindo e analisando planilhas de vendas;

Organizando os canais de comunicação pensando em otimizar as vendas. Influências das mídias no mercado consumidor.

Identificação dos perfis dos consumidores. Tipos de Cliente e tipos de consumidor. Características culturais, econômicas, étnicas, emocionais, de personalidade, hábitos de compra.

Leitura de cenário em vendas. Novas perspectivas da administração de vendas frente às

mudanças constantes de cenários e de comportamento do consumidor;

Novas formas de vender. As opções tecnológicas de venda;

O pós-venda;

Código de Defesa do Consumidor e suas principais diretrizes.

Aspectos atuais, novidades e tendências em vendas.

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

LAS CASAS, A. L. Administração de vendas. 8º ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MOREIRA, Julio Cesar Tavares. Administração de Vendas. 4º ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

STATON, Willian J. Administração de Vendas. LTC: Rio de Janeiro, 2000.

Bibliografia Complementar:

ALVAREZ, F. J. M. Trade marketing: a conquista do consumidor no ponto de venda. São Paulo: Saraiva.

COBRA, M. Gestão de Vendas: os 21 segredos do sucesso. São Paulo: Saraiva, 2007.

FIGUEIREDO, Celso. Turbine o seu negócio: propaganda para a pequena empresa. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

FUTRELL, Charles M. Vendas: fundamentos e novas práticas de gestão. São Paulo: Saraiva, 2003.

LIMEIRA, Tania Maria Vidigal. E- Marketing: o marketing na internet com casos brasileiros. 2 ed. rev. a atual. São Paulo, SP: Saraiva, 2007.

11.29 JOGOS EMPRESARIAIS

Componente Curricular: Jogos Empresariais

Código: 60.265

Currículo 9 semestres: Nono **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Oitavo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Economia/Administração

Ementa:

Jogos através dos tempos – Aprendizado dos Jogos – Aplicando jogos nas empresas – Mudando os jogos – Métodos e técnicas e desenvolvimento de jogos.

Objetivo:

Aprimorar habilidades através dos jogos com a finalidade de desenvolver a criatividade na empresa e desenvolver capacidade estratégica e de decisão no administrador

Conteúdo Programático:

Jogos através dos tempos

Teoria dos jogos

As teorias dos jogos

Tipos de estratégias no jogo, na competição e no mercado

O “dilema dos prisioneiros” e o equilíbrio de Nash

A teoria dos jogos aplicados nas empresas e no mercado

O aprimoramento através dos jogos

Estimulando e Aplicando os Jogos

Mudando os jogos e mudando as estratégias

Métodos e Técnicas de Ensino e Desenvolvimento de Jogos

Jogos aplicados ao dia-a-dia das organizações, da convivência em grupo e das pessoas

Dinâmicas com prática de jogos

Tópicos contemporâneos, novidades e tendências em jogos empresariais

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

GRAMIGNA, Maria Rita. Jogos de empresa e técnicas vivenciais. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2008.

LUPERINI, Roberto. Dinâmicas e jogos na empresa: Método, instrumento e práticas de treinamento. 2 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

MARINHO, Raul. Prática na teoria: aplicações da teoria dos jogos e da evolução aos negócios. São Paulo: Saraiva, 2005.

Bibliografia Complementar:

GOLDSTEIN, Mauricio; READ, Philip. Jogos políticos nas empresas: como compreender e transformar relações e organizações . Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

GRIFFIN, Gerald R. Maquiavel na administração: como jogar e ganhar o jogo do poder na empresa. São Paulo: Atlas, 1994.

HICKMAN, Craig R. O jogo da organização. São Paulo: Pioneira, 1995.

LEVITT, S. D.; DUBNER, S. J. Freakonomics: o lado oculto e inesperado de tudo que nos afeta. 11.ed. Rio de Janeiro: Câmpus, 2005.

PINDYCK, Robert S; RUBINFELD, Daniel L. Microeconomia. 5.ed São Paulo, Makron Books do Brasil, 2002.

VICENTE, P. Jogos de Empresa: a Fronteira do Conhecimento em Administração e Negócios. São Paulo: Makron Books, 2001.

11.30 LEGISLAÇÃO TRIBUTÁRIA

Componente Curricular: Legislação Tributária

Código: 60.254

Currículo 9 semestres: Quarto **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Quarto **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Direito / Administração

Ementa:

A atividade financeira do Estado e seu poder impositivo de tributar. Espécies tributárias e o efeito econômico dos tributos. O Sistema tributário na Constituição Federal e a legislação ordinária tributária. Normas gerais de direito tributário e a administração tributária

Objetivo:

Proporcionar o conhecimento de noções de direito tributário, transmitindo noções do sistema tributário vigente no país, com ênfase à legislação com que se defrontarão em suas atividades profissionais.

Conteúdo Programático:

Introdução ao Direito Tributário

Fontes do Direito Tributário

Obrigação Tributária

Tributo e sua Classificação. Tributos na Constituição Federal

Vigência, Aplicação, Interpretação e Integração da Legislação Tributária

Incidência, não Incidência, Imunidade, Isenção e Anistia

Limitação do Poder de Tributar e Responsabilidade Tributária

Crédito Tributário e Administração Tributária

Tributos da União

Tributos dos Estados e do Distrito Federal

Tributos dos Municípios

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

BALEEIRO, A. Direito Tributário. São Paulo: Forense, 2000.

CASSONE, V. Direito Tributário. São Paulo: Atlas, 2002.

ICHIHARA, Y. Direito Tributário. São Paulo: Atlas, 1990.

Bibliografia Complementar:

CASTELLANI, Fernando F. Direito tributário. São Paulo: Saraiva, 2009.

SABBAG, Eduardo de Moraes. Direito tributário. 11. ed. rev. atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2009.

BRASIL, Código tributário nacional : Lei 5172 de 25 de outubro de 1966, atualizada e acompanhada de legislação complementar, súmulas e índices 31 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GOMES, L. F. Crimes de responsabilidade fiscal: Lei 10028/00. São Paulo: Revista dos tribunais 2001.

MOUSSALLEM, T. M. Fontes do direito tributário. São Paulo: Max Limonad, 2001.

PELICIOLO, Â. C. Comentários aos tipos penais previstos na lei dos crimes de responsabilidade fiscal: Lei 10,028 de 19 de outubro de 2000. São Paulo: LTr , 2001

11.31 LÍNGUA PORTUGUESA

Componente Curricular: Língua Portuguesa

Código: 81.101

Currículo 9 semestres: Primeiro **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Primeiro **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Linguística, Letras e Artes

Área de conhecimento/aplicação: Letras / Administração

Ementa:

Aprimoramento da leitura compreensiva, interpretativa e crítica de textos persuasivos, informativos e técnicos, tendo em vista a produção destas tipologias textuais, em conformidade com a gramática de uso.

Objetivo:

Fomentar o contato do aluno com uma múltipla variedade textual. Aprimorar a comunicação visual e escrita, visando à qualificação do desempenho linguístico e ao sucesso profissional. Levar o aluno a refletir sobre sua língua, o funcionamento do cérebro e da linguagem a fim de facilitar o surgimento de insights criadores. Reintegrar, criticar e propor mudanças para a realidade social em que o aluno está inserido: capacidade de reflexão.

Conteúdo Programático:

1 Texto Técnico e Literário

Conceito de texto técnico e literário

Elementos estruturais de texto técnico

Eficácia dos textos técnicos e literários

2 Organização do Texto

Organização de texto técnico e literário

Parágrafo

Discurso direto e indireto

Originalidade, clareza e harmonia textual

Estrutura Textual

Segmentação do texto

Progressão discursiva

3 O Texto Escrito: Condições de Produção, Leitura; Revisão e Compreensão

Os sentidos das palavras

Linguagem polissêmica, ambígua e vaga

Coesão textual

Resumo

Síntese

4 A Organização e o Desenvolvimento de Idéias: a organização das ideias em torno do tema; a argumentação; a evidência e o raciocínio; a evidência e o fato

Assunto e tema

Ideia central e ideias secundárias

Argumentação

Defeitos de Argumentação

Evidência e raciocínio

5 Análise e Interpretação de Texto

Fatos, inferências e implícitos

Indução e dedução

Compreensão e interpretação textual

Análise textual

6 Redação Empresarial: Estrutura e Organização

Ata

Comunicado

Carta comercial e oficial

Curriculum Vitae

Relatório

Parecer

7 Técnicas de Redação

Descrição

Narração

Dissertação

Redações com características heterogêneas

8 Elaboração de Trabalhos Monográficos

Como elaborar introdução, desenvolvimento e conclusão de trabalhos monográficos

9 Revisão Gramatical e a Nova Ortografia

Acentuação Gráfica

Ortografia

Pronomes de tratamento e pronomes especiais

Concordância nominal

Concordância Verbal

Pontuação

10 Aspectos atuais, novidades e tendências na área

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se

juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

KOCH, Ingedore V.; ELIAS, V.M. Ler e compreender os sentidos do texto. São Paulo: Contexto, 2006.

MARCUSCHI, Luiz Antonio. Produção textual, análise de gêneros e compreensão. São Paulo: Parábola Editorial, 2008

MARTINS ,Dileta Silveira e ZILBERKNOP Lubia Scliar . Português Instrumental. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2003

Bibliografia Complementar:

ALLENDE, Felipe; CONDEMARIN, Mabel. Leitura, teoria, avaliação e desenvolvimento. Porto Alegre: ArtMed, 2003.

BECHARA, Evanildo. Gramática escolar da Língua Portuguesa. Rio de Janeiro: Lucerna,2004.

MARCUSCHI, Luiz Antonio. Gêneros textuais: constituição de práticas sociais. São Paulo: Cortez, 2003.

MEDEIROS, João Bosco. Redação empresarial. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

RAMOS, Tania M. O espaço da oralidade na sala de aula. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

RODRIGUES, Manuela M. Manual de modelos de cartas comerciais. 12.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

11.32 LOGÍSTICA EMPRESARIAL

Componente Curricular: Logística Empresarial

Código: 60.264

Currículo 9 semestres: Sétimo **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Sétimo **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Logística; Origem, Concepção e Evolução. Logística Interna; armazenagem, movimentação Logística Externa; Suprimento e Distribuição. Fluxo de Produtos, Informações e Recursos a Montante e a Jusante. Logística Integrada. Logística reversa. O perfil do operador logístico. Aspectos atuais e tendências em logística.

Objetivo:

Analisar e discutir os fundamentos e objetivos da Logística Empresarial, bem como promover uma visão global da área para que o acadêmico tenha a devida capacitação para a solução dos problemas inerentes a esta atividade para as organizações.

Conteúdo Programático:

1 Logística

Conceito

Origem e concepção

Evolução da logística

2 Logística interna

Armazenagem de materiais

Funções e Objetivos

Sistemas de Armazenamento

Equipamentos de armazenamento

Embalagem e Acondicionamento

Normas de estocagem
Movimentação de materiais
Equipamentos para movimentação
Sistemas de movimentação
Princípios de Movimentação

4 Logística externa

Suprimento
Distribuição
Modais de transporte

5 Fluxos logísticos

Fluxos de produtos e serviços
Fluxos de informação
Fluxos de recursos

6 Logística integrada

A definição de Logística Integrada
As relações em um ambiente de logística integrada
Estratégias básicas do ECR (efficient consumer response);
O sistema EDI (electronic data interchange).

7 Logística Reversa

O retorno de resíduos de produtos ao longo da cadeia produtiva;
A contribuição da logística reversa ao meio ambiente.

8 O Perfil do Operador Logístico

Características da atividade
Requisitos e responsabilidades;
Oportunidades no mercado de trabalho.

9 Tendências em Logística

Relacionamentos na cadeia produtiva

O uso da informação

A competitividade através da logística

Novas tendências

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

BERTAGLIA, Paulo Roberto. Logística: e gerenciamento da cadeia de abastecimento. 2. ed. rev. e atual. São Paulo, SP: Saraiva, 2009.

CHING, Hong Yuh. Gestão de estoques na cadeia de logística integrada. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

LEITE, Paulo Roberto. Logística reversa: meio ambiente e competitividade. São Paulo, SP: Prentice Hall, 2003.

Bibliografia Complementar:

ALVARENGA, Antonio Carlos; NOVAES, Antonio Galvão N. Logística aplicada: suprimentos e distribuição física. 3. ed. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.

LUDOVICO, Nelson. Logística de transportes internacionais São Paulo: Saraiva, 2010. (Série comércio exterior)

MARTINS, P. G.; ALT, P. R. C. Administração de Materiais e Recursos Patrimoniais. 3.ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

POZO, H. Administração de Recursos Patrimoniais: uma abordagem logística. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

VIEIRA, Guilherme Bergmann Borges (Org.). Logística e distribuição física: teoria e pesquisas. São Paulo, SP: Aduaneiras, 2006.

11.33 MATEMÁTICA BÁSICA

Componente Curricular: Matemática Básica

Código: 10.105

Currículo 9 semestres: Primeiro **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Primeiro **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Exatas e da Terra

Área de conhecimento/aplicação: Matemática / Administração

Ementa:

Conjuntos numéricos. Taxa média de variação. Funções: linear, quadrática, composta, exponencial e logarítmica. Aplicações: funções de custo, receita, lucro, oferta, demanda; ponto de equilíbrio. Noção intuitiva de limites. A derivada como taxa de variação. Técnicas de derivação. Derivada das funções composta, exponencial e logarítmicas, Aplicações da derivada no Campo da Economia.

Objetivo:

Fornecer ao aluno subsídios que o capacite a resolver problemas matemáticos relacionados às rotinas da área da Administração, explorando, sempre que possível, situações aplicáveis à realidade. Identificar os diferentes conjuntos numéricos, realizando operações entre eles. Operar com relações, com funções e seus gráficos. Identificar os principais tipos de funções e suas características. A partir do esboço do gráfico, identificar as características fundamentais da função representada. Relacionar o estudo das funções com suas aplicações no campo da Economia e da Administração.

Conteúdo Programático:

1 Conjuntos numéricos

União de conjuntos.

Intersecção de conjuntos

Diferença de conjuntos.

Resolução de problemas práticos envolvendo a teoria de conjuntos.

Aplicação de conjuntos na área da administração e da economia: exemplos práticos

2 Funções e aplicações

Função Linear - aplicações em juros simples

Função Quadrática, Função Composta e Função Inversa.

Modelos econômicos (demanda, oferta, preço e quantidade de equilíbrio, receita, custo, lucro e ponto de nivelamento representados pela função linear;

Valor numérico das funções.

Plano Cartesiano, coordenadas cartesianas.

Construção e análise de gráficos dos principais tipos de funções.

Função Exponencial e Logarítmica - aplicações em juros compostos.

Problemas práticos envolvendo os principais tipos de funções.

Aplicação das funções na área da administração e da economia: exemplos práticos

3.Limites de Funções

Definição

Propriedades do limite de uma função

Limites do infinito

Aplicação de limites na área da administração e da economia: exemplos práticos

4.Derivadas

Definição

Regras de derivação

Derivações sucessivas

Aplicações das derivadas na economia

Máximos e mínimos locais

Determinação dos pontos críticos

Identificação de ponto máximo e mínimo

Ponto de inflexão

Aplicação à área da administração e da economia: exemplos práticos

5.Integrais

Definição

Regras de integração

Aplicações na área da administração e da economia: exemplos práticos

6. Atualidades, novidades e tendências na área

A matemática e informatização: o uso do computador nos cálculos

Novidades da aplicação da matemática em áreas gerenciais

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

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

IEZZI, Gelson e outros. Fundamentos de matemática elementar. 7ed. São Paulo, Atual, 2004.

SILVA, Sebastião Medeiros da; SILVA, Elio Medeiros da; SILVA, Ermes Medeiros da. Matemática: para os cursos de economia, administração e ciências contábeis. 5.ed. São Paulo, SP: Atlas, 2008.

Bibliografia Complementar:

ANTON, H. Cálculo: um novo horizonte. 6 ed. Bookman. Porto Alegre. 2000.

CHIANG, A. C. Matemática para economistas. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1992.

GONÇALVES JUNIOR, Oscar. Matemática por assunto. 3 ed, São Paulo, Scipione. 2000.

HARIKI, Seiji; ABDOUNUR, Oscar J. Matemática aplicada: economia, administração e contabilidade. São Paulo: Saraiva, 1999.

HOFFMANN. L.D. Cálculo: um curso moderno e suas aplicações. Rio de Janeiro, LTC, 2002.

LEITHOLD, Louis. Matemática aplicada à economia e administração. São Paulo, SP: Harbra, 2001.

11.34 MERCADO DE CAPITAIS

Componente Curricular: Mercado de Capitais

Código: 67.209

Currículo 9 semestres: Nono **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Sétimo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Economia / Administração

Ementa:

Economia e o mercado de capitais. Sistema financeiro nacional. Os títulos do mercado de capitais. Finanças empresariais e recursos estáveis para empresas. Estrutura e funcionamento das bolsas de valores. Mercados futuros e bolsas de mercadorias. Derivativos. O financiamento das empresas. Abertura do capital das empresas e o investidor. Administração de investimentos. Os investidores institucionais, globalização das economias e impactos no mercado de capitais.

Objetivo:

Conhecer o funcionamento do Mercado de Capitais, a estruturação do Sistema Financeiro e sua importância para as empresas e a economia de uma forma geral.

Conteúdo Programático:

1. A organização das finanças no mundo e no Brasil

A Importância das organizações financeiras mundiais e nacionais para as economias dos países.

A Intermediação Financeira

O Sistema Financeiro Mundial

O Sistema Financeiro Brasileiro

Os Participantes do Sistema Financeiro Nacional

2. A nova bolsa do Brasil (BMF&BOVESPA)

Histórico da formação da Nova Bolsa Brasileira

Conceitos e finalidades

Os Investidores

A Estrutura das Sociedades Anônimas

As Opção pela abertura do capital

A Proteção oferecida aos investidores

3. As negociações que ocorrem no Mercado de Capitais

Os Títulos emitidos pelas Companhias

Os Títulos emitidos por Instituições Financeiras

Os Títulos Públicos

Os Ativos Derivativos

Os investimentos individuais

Os investimentos coletivos

Os Investimentos Internacionais

4. A ANÁLISE DE INVESTIMENTO EM AÇÕES

5. A TRIBUTAÇÃO DE INVESTIMENTOS

4. AS PRINCIPAIS BOLSAS DE VALORES DO MUNDO E SUA IMPORTÂNCIA PARA O MERCADO

5. ASPECTOS ATUAIS, NOVIDADES E TENDÊNCIAS DO MERCADO DE CAPITAIS

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

BESSADA, Octavio; BARBEDO, Claudio; ARAÚJO, Gustavo. Mercado de derivados no Brasil: conceitos, operações e estratégias. 3. ed. rev. São Paulo: Record, 2009.

CAVALCANTE, F. et. al. Mercado de capitais: o que é, como funciona. Rio de Janeiro: Saraiva: Elsevier, 2009.

FORTUNA, Eduardo. Mercado financeiro: produtos e serviços. 17.ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2008.

Bibliografia Complementar:

ANDREZO, Andrea F.; LIMA, Iran S. . Mercado financeiro: aspectos conceituais e históricos. 3.ed São Paulo: Saraiva, 2005.

BRITO, Osias Santana de. Mercado financeiro: estruturas, produtos, serviços, riscos e controle gerencial. São Paulo: Saraiva, 2005.

FEDDERSEN, Peter Christian. Clubes de investimento: como criar e gerir com sucesso. São Paulo: Saraiva.

LAGIOIA, Umbelina Cravo Teixeira. Fundamentos do mercado de capitais. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

KERR, Roberto. Mercado financeiro e de capitais. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

PIAZZA, Marcelo C. Bem-vindo à bolsa de valores. 9.ed São Paulo: Saraiva.

TOLEDO FILHO, Jorge Ribeiro de. Mercado de capitais brasileiro: uma introdução. São Paulo: Thomson Learning, 2006.

11.35 METODOLOGIA CIENTÍFICA E DA PESQUISA

Componente Curricular: Metodologia Científica e da Pesquisa

Código: 72.271

Currículo 9 semestres: Segundo **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Segundo **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Humanas

Área de conhecimento/aplicação: Pedagogia / Administração

Ementa:

Sentido e perspectiva do ensino universitário. O método científico e a prática da pesquisa. Função social da pesquisa. Tipos e características da pesquisa. Instrumentalização metodológica. Projeto de pesquisa. Relatório de pesquisa. A pesquisa como ato cotidiano.

Objetivo:

Fornecer ao aluno conhecimento sobre as concepções epistemológicas do conhecimento, o conhecimento científico e sua relação com o método científico. Fornecer normas referentes à construção do conhecimento científico bibliográfico, método de pesquisa, apresentação das normas do trabalho técnico-científico e referências bibliográficas.

Conteúdo Programático:

1. A UNIVERSIDADE E A PESQUISA

Relação universidade e pesquisa

A função social da pesquisa

Educação, pesquisa, ciência, tecnologia

A metodologia científica e a universidade

O método científico – ABNT e o método da Universidade

2. O CONHECIMENTO

A natureza

Tipos e níveis

Processo histórico de produção e transmissão.

O papel da leitura e da escrita na apreensão e comunicação do conhecimento

3. A PESQUISA CIENTÍFICA

A caracterização

Tipologia: classificação da pesquisa quanto à sua natureza, fins e objeto.

Planejamento, execução e comunicação dos resultados de uma pesquisa.

4. PROJETO DE PESQUISA

Escolha do assunto

Levantamento bibliográfico

Apontamento em fichas

Sistematização e elaboração do texto e meios eletrônicos

5 ATUALIDADES E TENDÊNCIAS NA METODOLOGIA DA PESQUISA

Tópicos atuais, novidades e tendências sobre o tema

Regras da ABNT: o que tem de novo, o que pode mudar

A pesquisa na internet e o plágio: legislação, direitos autorais, regras e cuidados

A metodologia e as ferramentas dos softwares de informática: o que é permitido e o que deve ser cuidado

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem

como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

PÁDUA, Elisabete Matalho Marchesini de. Metodologia da pesquisa: abordagem teórico-prática. 8. ed. São Paulo: Papirus, 2002.

SANTOS, A. R. dos. Metodologia Científica: a construção do conhecimento. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

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

Bibliografia Complementar:

AITA, Ana Lucia Gubiani. Instruções Gerais de Normatização Científica. Frederico Westphalen: URI, 2009.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. Rio de Janeiro: ABNT. (Edição e Ano atualizada conforme novas publicações da ABNT)

BARBOSA, Antonio. et al. Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais. 2.ed. São Paulo: Saraiva.

CHIZZOTTI, Antonio. Pesquisa em Ciências Humanas e Sociais. 5. ed. São Paulo: Cortez, 2001.

COOPER, Donald R; SCHINDLER, Pamela S. Métodos de pesquisa em administração. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

DORNELLES, G. S. Metagestão: a arte do diálogo nas organizações. São Paulo: Saraiva, 2006.

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

LAKATOS, Eva Maria. MARCONI, Marina Andrade. Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projetos e relatórios, publicações e trabalhos científicos. 5ed. São Paulo: Atlas, 2001, 220p.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. . Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para pesquisas, projetos, estágios e trabalhos de conclusão do curso. 3.ed São Paulo, Atlas, 2006.

11.36 NOÇÕES DE ÉTICA PROFISSIONAL

Componente Curricular: Noções de Ética Profissional

Código: 67-145

Currículo 9 semestres: Nono **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Oitavo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Campo, natureza, ética da atividade do profissional em administração.

Objetivo:

Enfocar as relações interprofissionais, as normas e a legislação que norteia e ampara o profissional em administração, bem como o comportamento e posicionamento ético do administrador no contexto social em que está inserido tanto em nível nacional como no internacional.

Conteúdo Programático:

Noções de Ética Empresarial

Conceituação de Ética – A moral e a ética. A honestidade e a ética. Ética profissional e virtudes profissionais

Ética e Competitividade

O Administrador e a Ética nas Organizações da atualidade.

Ética nos subsistemas da organização

Dilemas éticos comuns. As ações do dia a dia e a postura ética.

Habilidades necessárias ao administrador para a liderança ética.

Ética profissional e a legislação

Decálogo do Administrador Excelente.

A pedra e o anel do Administrador.

Conselho Federal de Administração (CFA) e os Conselhos Regionais de Administração (CRAs)

Legislação

A profissão de Administrador: Lei nº 4769 de 09.09.65 e suas atualizações

Código de Ética do Administrador

Ética Empresarial na América Latina e no Brasil

Ética em Marketing e Propaganda.

Ética na Gestão de Pessoas.

Ética em Negócios Internacionais.

Ética em Vendas

Ética em Finanças.

Ética e Economia.

Ética versus lavagem de dinheiro.

Ética versus plágio.

Tópicos atuais, novidades e tendências sobre o tema

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

LAMA, D. Uma ética para o novo milênio. Rio de Janeiro: Sextante, 2000.

CRA-RS – Código de Ética dos Profissionais de Administração, 2010.

NASH, L. L. Ética nas empresas, Guia Prático para soluções de problemas éticos nas empresas. São Paulo. Makron Books, 2001.

SANCHEZ, A. V. Ética. Rio de Janeiro: Sextante, 2000.

Bibliografia Complementar:

ARRUDA, M. C. C. et all. Fundamentos de ética empresarial e econômica. São Paulo: Atlas, 2001.

DAFT, R. I. Administração. São Paulo: LTC,1999

DORNELLES, G. S. Metagestão: a arte do diálogo nas organizações. São Paulo: Saraiva, 2006.

SROUR, R. H. Poder, cultura e ética nas organizações. Rio de Janeiro: Câmpus,1998.

MATOS, Francisco Gomes de. Ética na gestão empresarial. São Paulo: Saraiva.

MOREIRA, Joaquim Manhães; YUNES, Janice. A ética empresarial no Brasil. São Paulo: Pioneira, 2002.

VALLS, Á. L. M. O que é ética. São Paulo: Brasiliense,2000

SÁ, Antonio Lopes de. Ética profissional. São Paulo: Atlas.

11.37 ORÇAMENTO E ANÁLISE DE INVESTIMENTOS

Componente Curricular: Orçamento e Análise de Investimentos

Código: 60.263

Currículo 9 semestres: Sétimo **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Sétimo **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Contabilidade / Administração

Ementa:

Conceitos básicos de planejamento estratégico e operacional. Integração do planejamento operacional com o estratégico. O sistema orçamentário. O plano operacional. Objetivos e metas. As peças orçamentárias. Orçamento de resultados e de caixa. Projeção do balanço patrimonial. Projeção da demonstração de resultados. Características do sistema orçamentário integrado à contabilidade. Técnicas de análise do orçamento empresarial. Decisões de investimento a longo prazo.

Objetivo:

Proporcionar ao aluno capacitação para planejar, elaborar e controlar o plano operacional da empresa, com definição de objetivos, metas e sistemas de controle e avaliação do desempenho global. Mostrar as técnicas básicas para a estruturação, elaboração e análise de um sistema orçamentário, visando gerar informações para suportar tomadas de decisões em todos os níveis da organização. Dominar o conteúdo teórico e prático, tanto quantitativo quanto qualitativo para as análises financeiras das organizações e tomada de decisões.

Conteúdo Programático:

1 Conceitos Básicos de Planejamento Estratégico e Operacional

2 Integração do Planejamento Organizacional com o Estratégico

3 Sistema Orçamentário

Características do orçamento

Condições para elaboração do sistema orçamentário
Vantagens, desvantagens e limitações do orçamento
Estratégia, orçamento e tomada de decisão
O controle orçamentário

4 O Plano Operacional

Orçamento de vendas
Orçamento de matérias-primas e de produção
Orçamento de custos de produção
Orçamento de caixa
Orçamento de despesas

5 Orçamento de capital

Orçamento de investimentos na estrutura
Orçamento de investimentos no circulante
Balanço patrimonial e demonstrativo de resultados projetado

6 Decisões de investimento de longo prazo

Fluxos de caixa relevantes
Cálculos do investimento inicial
Cálculo das entradas de caixas operacionais
Técnicas de análise de orçamento de capital

7 Tópicos atuais, novidades e tendências sobre o tema.

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

HOJI, Masakazu. Administração financeira e orçamentária: Matemática financeira aplicada, estratégias financeiras, orçamento empresarial. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

SANVICENTE, Antonio Zoratto; SANTOS, Celso da Costa. Orçamento na administração de empresas: planejamento e controle. 2. Ed. São Paulo, SP: Atlas, 2008.

ZDANOWICZ, Jose Eduardo. Orçamento operacional: uma abordagem prática. 3.ed. Porto Alegre: D.C. Luzzatto, 1989.

Bibliografia Complementar:

FREZATTI, Fabio. Orçamento empresarial: planejamento e controle gerencial. 2.ed. São Paulo, Atlas, 2000.

MOREIRA, Jose Carlos. Orçamento empresarial: manual de elaboração. 5.ed. São Paulo, Atlas, 2002.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas. 10.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

SAMANEZ, C. P. Gestão de investimentos e geração de valor. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

SOBANSKI, Jaert J. Prática de orçamento empresarial: um exercício programado. São Paulo: Atlas, 1988.

WELSCH, Glenn Albert. Orçamento empresarial. 4.ed. São Paulo: Atlas, 1983.

11.38 ORGANIZAÇÃO, SISTEMAS E MÉTODOS

Componente Curricular: Organização, Sistemas e Métodos

Código: 60.261

Currículo 9 semestres: Quinto **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Terceiro **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Evolução das Teorias e das Práticas Administrativas nas Organizações, Área de Organização, Sistemas e Métodos, técnicas de representação, ferramentas de organização, sistemas e métodos. Tópicos atuais, novidades e tendências sobre Organização, Sistemas e Métodos.

Objetivo:

Proporcionar uma fundamentação teórica e prática que capacite o aluno a conhecer e discutir as aplicações da organização, sistemas e métodos administrativos, adequando os princípios à realidade das empresas com vistas à busca de soluções para seus problemas.

Conteúdo Programático:

1 Evolução das Teorias e das Práticas Administrativas nas Organizações

Tendências da Teoria das Organizações

Evolução das Organizações

Estruturas Básicas das Organizações

2 Área de Organização, Sistemas e Métodos

O Analista de OSM

Objetivos da área de OSM

Atividades básicas da área de OSM

3 Organogramas

4 Layouts**5 Fluxogramas****6 Manuais****7 Formulários****8 Arquivamento****9 Análise da Distribuição do Trabalho****10 Arquitetura Organizacional****11 Sistemas de Informação Gerenciais nas Organizações****12 Instrumentos de Levantamento de Informações****13 Diagrama de Causa-efeito****14. Tópicos atuais, novidades e tendências sobre o tema****Metodologia:**

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

ARAÚJO, L. C. G. de. Organização de sistemas e métodos e as modernas ferramentas de gestão organizacional: arquitetura organizacional, benchmarking, empowerment, gestão pela qualidade total, reengenharia. São Paulo: Atlas, 2008.

ARAÚJO, L. C. G. de Organização e métodos: integrando comportamento, estrutura, Estratégia e tecnologia. São Paulo: Atlas, 2008.

CURY, A. Organização e método: uma visão holística. São Paulo: Atlas, 2000.

OLIVEIRA, D. de P. R. de. Sistemas, organizações e métodos: uma Abordagem gerencial. São Paulo: Atlas, 2001.

Bibliografia Complementar:

BALLESTERO-ALVAREZ, M. E. Manual de organizações, sistemas e métodos: uma abordagem teórica e prática da engenharia da informação. São Paulo: Atlas, 2000.

ACADEMIA PERSON. OSM: Organização, Sistemas e Métodos, uma Visão Contemporânea. São Paulo: Person, 2011.

CHINELATO FILHO, J. O&M integrado à informática. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

CURY, Antonio. Organização e métodos – perspectiva comportamental e abordagem contingencial. 5º ed. São Paulo: Atlas, 2000.

DAFT, R. L. Organização: teoria e projetos. 2.ed. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

D'ASCENÇÃO, Luiz Carlos M. Organização, Sistemas e Métodos. São Paulo: Atlas, 2007.

OLIVEIRA, D. de P. R. de. Sistemas, organizações e métodos: uma Abordagem gerencial. São Paulo: Atlas, 2001.

11.39 PLANEJAMENTO E ESTRATÉGIAS EMPRESARIAIS

Componente Curricular: Planejamento e Estratégias Empresariais

Código: 60.420

Currículo 9 semestres: Oitavo **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Sexto **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Planejamento estratégico e suas definições. Planejamento tático, operacional e estratégico. Conceituação de Estratégia. A concepção da estratégia nas organizações. Posicionamento estratégico, Tipologias e Modelos. Análise do ambiente competitivo; Formas de Competição. Planejamento e implementação de estratégias. Dimensões estratégicas. Aspectos atuais e tendências.

Objetivos:

Capacitar o aluno para ter uma postura analítica no planejamento estratégico e na aplicação de instrumentos que possibilitem o desenvolvimento de planejamentos táticos e operacionais, bem como, a elaboração de estratégias empresariais considerando as organizações e seu ambiente competitivo.

Conteúdo Programático:

1 Planejamento estratégico e suas definições

A conceituação de planejamento estratégico

O processo de planejamento estratégico nas organizações

2 Tipos de planejamento

Planejamento estratégico

Planejamento Tático

Planejamento Operacional

3 Bases para a formulação da Estratégia

O propósito da organização

Princípios e valores

Missão e visão

4 A concepção da estratégia nas organizações

Gestão estratégica

Estágio e evolução

5 Posicionamento estratégico

Tipologias

Modelos

Posturas

6 Análise do ambiente competitivo

Formas de Competição

A elaboração de estratégias empresariais

Planejamento e implementação de estratégias

7 Dimensões estratégicas

A empresa competitiva

Performance e competitividade

Tendências em estratégia

8 A construção do Planejamento Estratégico

O Passo a Passo do Planejamento Estratégico

A Construção do Planejamento Estratégico na Prática

A Aplicação do Planejamento Estratégico e seu Monitoramento

Ajustes do Planejamento Estratégico baseado na Avaliação dos Resultados

9 Aspectos atuais, novidades e tendências na área

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

CAVALCANTI, Francisco Antonio. Planejamento estratégico participativo: concepção, implementação e controle de estratégias. São Paulo: SENAC, 2009.

COSTA, Eliezer Arantes da. Gestão estratégica: da empresa que temos para a empresa que queremos. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

MINTZBERG, Henry; AHLSTRAND, Bruce, LAMPEL Joseph. Safári de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico. trad. Nivaldo Montingelli Jr. Porto Alegre: Bookman, 2000.

Bibliografia Complementar:

BETHLEM, Agrícola de Souza. Estratégia empresarial: conceitos, processos e administração estratégica. 4.ed São Paulo, Atlas, 2002

CHIAVENATO, Idalberto; SAPIRO, Arão. Planejamento estratégico: fundamentos e aplicações. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003

HAMEL, Gary; PRAHALAD, C. K. Competindo pelo futuro: estratégias inovadoras para obter o controle do seu setor e criar os mercados de amanhã. Trad. de Outras Palavras. Rio de Janeiro: Câmpus, 2005.

KRAEMER, C. G. Frederico Luiz Behrends, modelo de gestão empresarial: consciência,

coerência, conveniência e congruência. Frederico Westphalen: URI, 2008.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas. 10.ed São Paulo: Atlas, 2009.

PORTER, Michael E. Competição =: On competition. Rio de Janeiro: Câmpus, 2009.

11.40 SISTEMAS DE INFORMAÇÕES GERENCIAIS

Componente Curricular: Sistemas de Informações Gerenciais

Código: 60.454

Currículo 9 semestres: Sétimo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Sétimo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Impacto da informação nas organizações em suas dimensões. Visão sistêmica de estratégias integradoras de áreas e informação como apoio ao processo decisório. Identificação e relacionamento do fluxo de informação externa e interna como recurso gerencial. Projeto, implantação e monitoramento de objetivos na informatização de empresas. Aspectos atuais da Gestão de Sistemas de Informação. Tendências Futuras em Sistemas de Informações.

Objetivo:

Identificar as opções e escolher alternativas mais recomendáveis para conceber e implantar sistemas de informação de forma integrada com todos os setores da organização, objetivando atender às necessidades da gerência para tomar decisões.

Conteúdo Programático:

1 Fundamentos de Administração da Informação

Sistemas

Cultura organizacional

Estrutura organizacional

Evolução e perspectivas da informática

Fontes de informação

2 Sistemas de Informação: dimensão pessoas

Processo decisório

Risco, incerteza e decisão

Usuários da informação

Informação e poder

3 Sistemas de Informação: dimensão tecnologia

Hardware

Software

Comunicação

Redes

4 Projeto e Implantação de Sistemas de Informação

Decisões estratégicas

Sistemas de informação e vantagem competitiva

Sistemas de informações empresariais

Desenvolvimento de sistemas em perspectivas

5 Gerenciamento de Sistemas de Informação

Análise de projetos de sistemas

Manutenção de sistemas

Segurança, privacidade e questões éticas

6 Perspectivas em Sistemas de Informação

Internet, intranet e extranet

Comércio eletrônico

Empresas virtuais

7 Atualidades, Novidades e Futuro em Sistemas de Informação

Aspectos atuais e novidades em Sistemas de Informação

Tendências em Sistemas de Informação

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a

diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

- BIO, S. R. Sistemas de Informação: um enfoque gerencial. São Paulo: Atlas, 1996.
- LAUDON, K. C. e LAUDON, J. P. Sistemas de Informação. Rio de Janeiro: LTC, 1999.
- STAIR, R. M. Princípios de Sistemas de informação. Tradução: Harue Avritscher. 9 ed – São Paulo: Cengage Learning, 2011.

Bibliografia Complementar:

- ARGYRIS, C. et al. Comunicação Eficaz na Empresa. Rio de Janeiro: Câmpus, 1999.
- CARVALHO, Tereza C. M. B. Tecnologia da informação: tempo de inovação. São Paulo: Makron Books, 2009.
- CRUZ, T. Sistemas de Informações Gerenciais: tecnologia da informação e a empresa do século XXI. São Paulo: Atlas, 1998.
- GRAEML, A. R. Sistemas de Informação: o alinhamento da estratégia de TI com a estratégia corporativa. São Paulo: Atlas, 2000.
- SILVA, Miguel Moura e. Inovação, transferência de tecnologia e concorrência: estudo comparado do direito da concorrência dos Estados Unidos e da União Europeia. São Paulo: Almedina, 2003.

11.41 SOCIOLOGIA

Componente Curricular: Sociologia

Código: 73-227

Currículo 9 semestres: Primeiro **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Primeiro **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Humanas

Área de conhecimento/aplicação: Sociologia / Administração

Ementa:

Estuda os principais conceitos de modo amplo e geral numa perspectiva sociológica de análise do espaço sócio-cultural, organização e estrutura de classes na sociedade, bem como suas principais instituições.

Objetivos:

Proporcionar aos educandos um referencial teórico para compreenderem criticamente o sistema social global em sua gênese, reprodução e transformação.

Reconhecer a contribuição totalizante da sociologia, instrumental da sociologia. Definir os conceitos básicos da teoria do modo de produção. Operar com a teoria dos modos de produção, ampliando-a à sociedade capitalista em geral e à sociedade brasileira em particular. Explicar as tendências históricas da sociedade capitalista em geral e da sociedade brasileira em particular. Definir as funções das principais instituições sociais.

Conteúdo Programático:

1. NOÇÕES INTRODUTÓRIAS

Definição, abrangência e importância da Sociologia

Origens históricas e evolução da Sociologia

2. TEORIA E CIÊNCIA

Teorias e ideologia

A complexidade do sistema social

Indivíduos e grupos sociais. Formas de organização

3. INSTITUIÇÕES SOCIAIS

O Estado

A Família

A Religião

Os Partidos Políticos

As Empresas

Os Sindicatos

4. COMUNICAÇÃO E MOVIMENTOS SOCIAIS

O significado dos meios de comunicação de massa

Os meios de comunicação de massa e o controle ideológico da sociedade

Os meios de comunicação de massa a serviço da transformação social: limites e possibilidades

5. AS ORGANIZAÇÕES, AS PESSOAS E A SOCIOLOGIA

A empresa como um espaço de interação social

O lado social dentro e no entorno das organizações

O papel e a contribuição da sociologia dentro das organizações

Sociologia aplicada a administração

6. SOCIOLOGIA NO CIBERESPAÇO

A cultura social e a sociologia na Era digital

O ser humano e a máquina, o ser humano e a tecnologia

7. RELAÇÕES ÉTNICO-RACIAIS E HISTÓRIA E CULTURA AFRO-BRASILEIRA E AFRICANA

A questão étnico racial e a história e a cultura africana e afro-brasileira

Resolução CNE/CP N° 01 de 17 de junho de 2004

A questão étnica brasileira, a descendência e a questão multiracial brasileira

8. ATUALIDADES, NOVIDADES E TENDÊNCIAS NA ÁREA

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

BERNARDES, Cyro; MARCONDES, Reynaldo C. Sociologia aplicada a administração: o comportamento organizacional . 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Sociologia geral. 7.ed São Paulo, SP: Atlas, 2009.

OLIVEIRA, Pêrsio Santos de. Introdução a sociologia. 22.ed. São Paulo: Ática, 1999.

Bibliografia Complementar:

ALVAREZ, Marcos Cesar; REZENDE, Maria José de; FERREIRA, Pedro Roberto; CRESPO, Regina Aída; SILVEIRA, Ricardo. Iniciação a sociologia/ Coordenador Nelson Dacio Tomazi ; [autores] Marcos Cesar Alvarez...[et al]. São Paulo, SP Atual 2003

CHARON, Joel M. Sociologia. São Paulo: Saraiva, 1999.

DEMO, Pedro. Introdução à sociologia: complexidade, interdisciplinaridade e desigualdade social. São Paulo: Atlas, 2002

DURKHEIM, Émile. Da divisão do trabalho social. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Sociologia da administração/ Eva Maria Lakatos. São Paulo: Atlas, 1997.

11.42 TEORIA GERAL DA ADMINISTRAÇÃO I

Componente Curricular: Teoria Geral da Administração I

Código: 67-102

Currículo 9 semestres: Primeiro **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Primeiro **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Introdução à Teoria Geral da Administração. Administração e suas Perspectivas. As Habilidades do Administrador Eficaz. A Empresa como um todo. História da Administração como Ciência. Funções Básicas do Administrador. O Estado Atual da TGA. Abordagem clássica da Administração. Atualidades, novidades e tendências na área.

Objetivo:

Proporcionar um conceito abrangente de Administração, partindo do desenvolvimento gradativo das organizações, com o objetivo de proporcionar a compreensão da natureza e complexidade do fenômeno administrativo e suas múltiplas dimensões e formas de abordagens.

Conteúdo Programático:

1 Introdução à Teoria Geral da Administração

As Empresas

As Empresas como Organizações Sociais

As Partes da Empresa – Os Subsistemas

2 A Administração e suas Perspectivas

Conteúdo e Objetivo do Estudo da Administração

A Administração na Sociedade Moderna

Perspectivas Futuras da Administração

As habilidades do Administrador Eficaz

Competências Duráveis

4 A Empresa Como Um Todo

Objetivos, Pessoas e Hierarquia

5. História da Administração como Ciência

Antiguidade, Idade Média e Renascimento

1ª e 2ª Fases da Revolução Industrial

Influência dos Filósofos, Igreja católica, Organização Militar e Economistas

Influência dos Pioneiros e Empreendedores

6. Funções Básicas do Administrador

Planejamento

Organização

Direção

Controle

Ambiente e Inovação

7. O Estado Atual da TGA

Variáveis Básicas da TGA

8 Abordagem Clássica da Administração

Administração Científica

Teoria Clássica da Administração

9. A Profissão do Administrador e seus aspectos legais

10. Outras proposições sobre administração

11 Atualidades, novidades e tendências na área

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos

futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

ARAUJO, Luis César G. de; GARCIA, Adriana Amadeu. Teoria geral da administração: orientação para escolha de um caminho profissional. São Paulo: Atlas, 2010.

CHIAVENATO, Idalberto. Introdução à teoria geral da administração. 3.ed.- Ed. compacta São Paulo: Mcgraw Hill, 2004.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amauri. Teoria geral da administração: Da revolução urbana à revolução digital. 4.ed, rev.amp. Sao Paulo, Atlas, 2004

Bibliografia Complementar:

DRUCKER, P. F. A profissão de administrador. São Paulo: Pioneira, 1998.

FAYOL, Henri. Administração industrial e geral : Previsão, organização, comando, coordenação e controle . 10.ed São Paulo, Atlas, 1990

LACOMBE, Francisco; HEILBORN, Gilberto. Teoria geral da administração. São Paulo: Saraiva, 2009.

RIBEIRO, Antonio de Lima. Teorias da administração. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010

TAYLOR, F. W. Princípios de administração científica. São Paulo: Atlas, 1978.

11.43 TEORIA GERAL DA ADMINISTRAÇÃO II

Componente Curricular: Teoria Geral da Administração II

Código: 67-103

Currículo 9 semestres: Segundo **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Segundo **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Abordagem Humanística da Administração. Abordagem Neoclássica da Administração. Abordagem Estruturalista da Administração. Abordagem Comportamental da Administração (Behaviorismo). Desenvolvimento Organizacional (D.O.). Abordagem Contingencial da Administração Abordagem Sistêmica da Administração. Novas proposições para a Administração. Atualidades, novidades e tendências na área.

Objetivo:

Proporcionar um conceito abrangente de Administração, partindo do desenvolvimento gradativo das teorias administrativas, com o objetivo de proporcionar a compreensão da natureza e complexidade do fenômeno administrativo e suas múltiplas dimensões e formas de abordagem.

Conteúdo Programático:

1. Abordagem Humanística da Administração

Experiência de Hawthorne

Teoria das Relações Humanas

2. Abordagem Neoclássica da Administração

Centralização X Descentralização

Departamentalização

3. Abordagem Estruturalista da Administração

Teoria da Burocracia

Teoria Estruturalista

4. Abordagem Comportamental da Administração

Estilos de administração

Sistemas de administração

Processo decisório

5. Teoria do Desenvolvimento Organizacional

As mudanças e a organização

Modelos de D. O

6. Abordagem Contingencial da Administração

Teoria da Contingência

Ambiente

Tecnologia

7. Abordagem Sistêmica da Administração

Teoria de Sistemas

Características de Teoria Sistêmica

A organização como um sistema aberto

8 Novas Proposições

A administração participativa

A reengenharia

A Readministração

Princípios da Qualidade Total

Outras proposições sobre administração

Atualidades, novidades e tendências na área

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura

compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

ARAUJO, Luis César G. de; GARCIA, Adriana Amadeu. Teoria geral da administração: orientação para escolha de um caminho profissional. São Paulo: Atlas, 2010.

CHIAVENATO, Idalberto. Introdução à teoria geral da administração. 3.ed.- Ed. compacta São Paulo: Mcgraw Hill, 2004.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amauri. Teoria geral da administração: Da revolução urbana à revolução digital. 4.ed, rev.amp. Sao Paulo, Atlas, 2004.

Bibliografia Complementar:

ANDRADE, R. O. B.; AMBONI, N. Estratégias de gestão: processos e funções do administrador. Rio de Janeiro: Elsevier – Câmpus, 2010.

FAYOL, Henri. Administração industrial e geral: previsão, organização, comando, coordenação e controle . 10.ed São Paulo, Atlas, 1990.

FERREIRA, A. A. Gestão empresarial: de Taylor aos nossos dias, evolução e tendências da moderna administração empresarial. São Paulo: Pioneira, 2000.

LACOMBE, Francisco; HEILBORN, Gilberto. Administração: princípios e tendências. 2.ed rev. atual. São Paulo: Saraiva, 2003.

TAYLOR, F. W. Princípios de administração científica. São Paulo: Atlas, 1978.

12 COMPONENTES CURRICULARES ELETIVOS

Este item contém os componentes curriculares eletivos do Projeto Pedagógico do Curso de Administração onde três deles serão ministrados aos alunos e aproveitados como Eletivo I, Eletivo II ou Eletivo III. Como o nome já diz, dentre todas as opções de componentes curriculares eletivos, três serão escolhidos para serem oferecidos. Os componentes curriculares estão em ordem alfabética.

12.1 ADMINISTRAÇÃO DE COOPERATIVAS

Componente Curricular: Administração de Cooperativas

Código: 60.421

Currículo 9 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Aspectos relevantes do cooperativismo visando discutir o processo administrativo e a tomada de decisões na gestão. Modelos de gestão cooperativa, discutindo as áreas de atividades do processo administrativo: planejamento, organização, direção, controle e inovação tecnológica. Tipos de Cooperativa e seus modelos de gestão. Gestão tradicional, gestão coletiva, gestão democrática, autogestão. Técnicas, princípios e ferramentas da administração aplicadas a gestão de cooperativas. Aspectos atuais, novidades e tendências em administração de cooperativas.

Objetivo:

Oportunizar ao acadêmico conhecimentos básicos sobre a gestão de empreendimentos cooperativos;

Visualizar questões legais, sociais, econômicas e políticas de cooperativas, contemplando aspectos regionais.

Buscar estratégias competitivas de gestão através do cooperativismo

Conteúdo Programático:

Concepção Histórica do cooperativismo;

Técnicas da gestão aplicada a cooperativas

3 O processo administrativo e a tomada de decisões na gestão

4 Tipos de Cooperativa e seus tipos de gestão

5 Gestão tradicional, gestão coletiva, gestão democrática, autogestão.

6 As quatro áreas de atividades do processo administrativo: planejamento, organização, direção, controle e inovação tecnológica.

- 7 Técnicas, princípios e ferramentas da administração aplicadas à gestão de cooperativas
- 8 Tipos de cooperativas, construção estatutária, composição de quadros sociais.
- 9 O papel das cooperativas no desenvolvimento regional
- 10 Interesses e possibilidades regionais no cooperativismo.
- 11 Aspectos econômicos, mercadológicos, humanos na gestão de cooperativas e sua sustentabilidade.
- 12 O perfil do administrador de cooperativas em um contexto contemporâneo
- 13 Aspectos atuais da Administração de Cooperativas.
- 14 Tendências, atualidades e novidades em Gestão de Cooperativas.

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

- CENZI, Neri Luiz. Cooperativismo/ desde as origens ao projeto de lei da reforma do sistema cooperativo brasileiro. Curitiba, PR: Juruá, 2009.
- CRÚZIO, Helen de Oliveira. Como organizar e administrar uma cooperativa: uma alternativa para o desemprego. Rio de Janeiro: FGV, 2002.
- OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Manual de gestão das cooperativas: uma abordagem prática. 4.ed. São Paulo, SP: Atlas, 2009.

Bibliografia Complementar:

BIALOSKORSKI NETO, Sigismundo. Aspectos econômicos das cooperativas. Belo Horizonte: Mandamentos, 2006.

Büttenbender, Pedro Luís (org.). Gestão de cooperativas: fundamentos, estudos e práticas. Ijuí: Unijui, 2011.

CARBONELL DE MASY, Rafael. Moderna administração de empresas cooperativas agrárias. Porto Alegre: FDRH, 1979. 297 p.

ROSSI, Amélia do Carmo Sampaio. Cooperativismo à luz dos princípios constitucionais. Curitiba, PR: Juruá, 2005.

SENRA, Ricardo Belízio de Faria (Coords.). Aspectos jurídicos das Cooperativas de crédito. Belo Horizonte: Mandamentos, 2005.

12.2 COMPORTAMENTO HUMANO NAS ORGANIZAÇÕES

Componente Curricular: Comportamento Humano nas Organizações

Código: 70.666

Currículo 9 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Psicologia / Administração

Ementa:

Análise Comportamental no ambiente organizacional, enfocando sistemas de trabalho de alto desempenho, equidade nas relações interpessoais, eficácia na tomada de decisões em equipe. Percepção, tomada de decisão e criatividade, poder, conflito e negociação; cultura, mudança e desenvolvimento organizacional. Aspectos atuais em comportamento e gestão organizacional. Tendências na área.

Objetivo:

Oportunizar aos alunos conhecimentos básicos de psicologia e do comportamento organizacional, a partir da fundamentação teórica e aplicação prática dos conteúdos. Desenvolver habilidades no relacionamento interpessoal e oratória. Propiciar condições de o aluno crescer como administrador.

Conteúdo Programático:

1 Noções Básicas de Psicologia

Aspectos Históricos

Áreas de Abrangência

Modelo básico de comportamento organizacional

2 Formação da Personalidade

Ajustamento

Desenvolvimento pessoal

Participação e produtividade

Principais mecanismos de defesa

3 Andragogia : Aprendizagem de Adultos

Como são os aprendizes

Incentivo para aprender

Expectativas do aprender

Como utilizar o ensinamento recebido com administradores

Fatores que influenciam a aprendizagem dos adultos

4 Liderança

Tipos de líderes

Erros e acertos do líder

Liderança e delegação

Sua aplicação e desenvolvimento

5 Grupos

Formação e desenvolvimento

Elementos constitutivos do grupo

Tipos de grupos

Problemas grupais e como solucioná-los

6 Satisfação e estresse no trabalho

Síndrome de Burnout

Custos organizacionais da insatisfação e do estresse

Estresse ocupacional e suas implicações.

7 Criatividade

Liberação do poder criativo

Criatividade e produção

Etapas do processo decisório criativo

8 Mudanças

Resistência a mudanças

Processo de mudança
Mudança organizacional

9 Tensões e Conflitos Interpessoais

Como administrar conflitos interpessoais
Tipos de Conflitos
Efeitos positivos dos conflitos

10 Comunicação e Expressão

Conceito
Natureza da comunicação
Objetivos da comunicação
Auxílios às barreiras da comunicação
Componentes da comunicação
Falar em público

11 Novos Aspectos em Comportamento e Gestão organizacional

Aspectos atuais em comportamento e gestão organizacional.
Tópicos atuais, novidades e tendências sobre o tema.

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem

como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

SPECTOR, P. E. Psicologia nas Organizações. São Paulo: Saraiva , 2002.

SCHERMERHORN, HUNT & OSBORN. Fundamentos do Comportamento Organizacional. Porto Alegre: Bookman, 2008

SOTO, Eduardo. Comportamento Organizacional: o impacto das emoções. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2005.

Bibliografia Complementar:

KRAEMER, C. G. Frederico Luiz Behrends, modelo de gestão empresarial: consciência, coerência, conveniência e congruência. Frederico Westphalen: URI, 2008.

MINICUCCI, A. Relações Humanas: psicologia das relações interpessoais. São Paulo: Atlas, 2000.

MOSCOVICI, F. Desenvolvimento Interpessoal. Rio de Janeiro: Prentice Hall, 2001.

MUCHINSKY, Paul M. Psicologia Organizacional. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2004

VAGNER III, J. A.; HOLLENBECH, J. R. Comportamento Organizacional - Criando Vantagem Competitiva. São Paulo: Saraiva, 2003.

12.3 CRIATIVIDADE E APRENDIZAGEM ORGANIZACIONAL

Componente Curricular: Criatividade e Aprendizagem Organizacional

Código: 60.271

Currículo 9 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

O ser humano criativo. O processo criativo. Soluções criativas na empresa. O pensamento lateral na administração. Aprendizagem como processo de mudança. A organização que aprende.

Objetivos:

Promover a construção de um conhecimento que contemple a necessidade do homem e as instituições adaptarem-se ao meio em que vivem, modificando-se, buscando alternativas criativas para a solução de problemas do seu cotidiano e do mercado em tempos de mudanças, dispondo-se a riscos e propondo-se a um contínuo aprendizado e renovação contínua.

Conteúdo Programático:

1 O Ser Humano Criativo

Potencial

Imaginação Criativa

Intuição.

2 O Processo Criativo

3 Soluções Criativas na Empresa

4. O Pensamento Lateral na Administração

Necessidade do Pensamento Criativo

Técnicas e Aplicações do Pensamento Lateral

5 Aprendizagem como Processo de Mudança

A Organização que Aprende

Educação e Cidadania

A Organização que Aprende

Aperfeiçoamento do Ser Aprendizagem Organizacional

Liderança Participativa (Teorias)

Grupo e Aprendizagem Organizacional

7 Tópicos atuais, novidades e tendências na área

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

DVALIBI R et all. Criatividade e marketing. São Paulo: Makron Books, 2000.

MENNA BARRETO,R. Criatividade no trabalho e na vida. São Paulo; Summus, 1997.

OSTROWER, F. Criatividade e Processos de Criação. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.

Bibliografia Complementar:

BONO, E. de O pensamento lateral, na administração. São Paulo: Saraiva, 1994.

□_____. Criatividade levada à sério. São Paulo: Pioneira, 1994.

CARVALHO, A. V. de. Aprendizagem Organizacional em Tempos de Mudança. São Paulo: Pioneira, 1999.

GRAMIGNA, M. R. M. Jogos de empresa e técnicas vivenciais. São Paulo: Makron Books, 1995.

MOSKOVICI, F. Renascença organizacional. Rio de Janeiro: José Olímpio, 1994.

WAGNER III, J. A. et all. Comportamento organizacional – criando vantagem competitiva. São Paulo: Saraiva, 1999.

12.4 ESPANHOL INSTRUMENTAL I

Componente Curricular: Espanhol Instrumental I

Código: 80.135

Currículo 9 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Departamento Linguística, Letras e Artes

Área de conhecimento/aplicação: Letras / Administração

Ementa:

Conhecimento do sistema fonológico e ortográfico da Língua Espanhola. Estruturas morfossintáticas elementares.

Objetivos:

Proporcionar aos alunos conhecimentos básicos da Língua Espanhola, a fim de desenvolver potenciais linguísticos num segundo idioma, tornando-os capazes de realizar leituras na área específica de Administração de Comércio Exterior, em nível elementar.

Conteúdo Programático:

1.Fonética e Ortografia

Alfabeto gráfico em espanhol

Sons: regras básicas de pronúncia e sua comparação com o português

Entonação frasal: afirmativa, interrogativa e exclamativa

Acento: tônico e gráfico (heterotônicos)

Sinais de pontuação

Heterossemânticos

2.Gramática

Artigos: determinados e indeterminados. Neutro. Contrações

Pronomes pessoais sujeitos e uso de “tú” y “usted” em espanhol

Concordância: substantivos e adjetivos (gênero, número, grau e heterogênicos, heterossemânticos)

Numerais (até 100)

Preposição

Pronomes pessoais objetos: (complemento direto (lo, la, los, las) e complemento indireto (le, la, los, las, les).

Advérbios: uso de “muy y mucho”

Verbos regulares 1a., 2a., 3a. conjugações (modos indicativo, subjuntivo, imperativo e formas nominais)

Presente do indicativo: verbos ser, estar, fazer, poder, ter, ir, pôr, seguir, jogar, sentir, querer, saber, levantar-se, deitar-se, desejar, doer, gostar.

3 Léxico

Expressões idiomáticas adequadas para saudar e agradecer

Expressões idiomáticas adequadas para pedir e dar informações

Identificação das pessoas: fisicamente, caráter, características pessoais.

Expressão: gosto, impressões, ações em processo de realização, obrigações (internas e externas), dever moral, pontos de vista, razões, causas, igualdade, diferença, preferência, assentimento.

Descrição e constatação de fatos

Estabelecimento de comparações

Relatos

Cartas: frases e expressões

Leitura de textos específicos da área de Administração e negócios no Comércio Exterior

Vocabulários: casa e utensílios domésticos, cidade, transporte, lugares, edifícios públicos, esportes, gostos, vestuário, cores, corpo humano, doenças, alimentos, profissões, estado de ânimo.

Canções em geral

Cuidados em viagem no uso do idioma.

4 Tópicos atuais e novas tendências no uso da Língua Espanhola em situações comunicativas específicas do mundo dos negócios.

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do

conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

BOVET, Montserrat; PRADA, Marisa de. Hablando de negocios. Madrid: Edelsa, 2002.
 GONZÁLEZ HERMOSO A., CUENOT, J. R. y SÁNCHEZ ALFARO, M. Curso práctico – Gramática de español lengua extranjera. Madrid: Edelsa, 1994
 Diccionario de la lengua española - Real Academia Española. Tomos 1 y 2. Madrid: Espasa-Calpe.

Bibliografia Complementar:

ÁNGEL, Felices Lago. Español para el comercio internacional: términos y expresiones esenciales en el mundo de los negocios. Madrid: Edinumen, 1998.
 _____. Español para el comercio internacional: libro de claves. Madrid: Edinumen, 1998.
 CREUS, Susana Quinteros de. Español para ejecutivos. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1990.
 ENTERRIA, Josefa Gómez. Correspondência comercial en español. Madrid: Sociedad General Española de Librería S. A., 1993.
 MARTÍN, Ana Maria; MARTÍN, Ignacio y SILES, José. El español de los negocios – español económico y empresarial. Madrid: Sociedad general Español de Librería S. A., 1989.
 PALOMINO, M.A. Técnicas de correo comercial. Madrid. Madrid: Edelsa {s.d}.

12.5 ESPANHOL INSTRUMENTAL II

Componente Curricular: Espanhol Instrumental II

Código: 80.136

Currículo 9 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Departamento Linguística, Letras e Artes

Área de conhecimento/aplicação: Letras Administração

Ementa:

Reflexão sobre a aprendizagem de uma língua estrangeira. Debates, sobre situações cotidianas, em Língua Espanhola. Leitura e interpretação de textos específicos da área de Administração Comércio Exterior. Produções textuais.

Objetivo:

Oportunizar atividades escritas e orais de aprendizagem da Língua Espanhola, em situações de uso de dificuldades simples a intermediárias altas, preparando os alunos para atuarem no mundo dos negócios em âmbito internacional.

Conteúdo Programático:

1 Fonética e ortografia

Comunicação escrita e oral: uso do léxico

Discurso direto e indireto

Produções de textos – estruturas em espanhol

Tradução e versão

2 Gramática

Conjunções

Advérbios

Adjetivos indefinidos, demonstrativos, possessivos e interrogativos

Pronomes indefinidos, demonstrativos, possessivos e interrogativos

Voz passiva

Interjeições

Numerais: multiplicativos, partitivos, coletivos e distributivos

Horas

Cartas comerciais

Verbos irregulares, irregularidade própria: indicativo, subjuntivo, imperativo e formas nominais

Pretérito perfeito: haver/auxiliar+particípio.

3. Léxico

Saudar e agradecer

Pedir e dar informações sobre: procedência, estada, temporalidade, passado, formulários e documentos

Expressar: rotina, planos, dúvidas, obrigações, necessidade, convivência, expectativas, desejos, opiniões, queixas, probabilidades, condições, gostos, aversões, tranquilidade, suposições, deveres, finalidades, aprovação, graus de certeza

Dar instruções, conselhos, explicações, fazer proposições

Levantar hipóteses

Explicar processos

Descrever

Comparar e avaliar

Fazer sugestões

Comentar

Narrar

Negar

4. Aspectos atuais e novas tendências no uso da língua espanhola nos negócios.

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura

compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

BELTRÁN Blanca Aguirre; ROTHER, Klaus. El español por profesiones – Comercio Exterior. Madrid: SGEL, 1999.

GONZÁLEZ HERMOSO A., CUENOT, J. R. y SÁNCHEZ ALFARO, M. Curso práctico – gramática de español lengua extranjera. Madrid: Edelsa, 1994

Diccionario de la lengua española - Real Academia Española. Tomos 1 y 2. Madrid: Espasa-Calpe.

Bibliografia Complementar:

AGUIRRE, Blanca y HERNÁNDEZ, Consuelo. Curso de español comercial. Madrid: Sociedad General Española de Librería, 1990.

ÁNGEL, Felices Lago. Español para el comercio internacional: términos y expresiones esenciales en el mundo de los negocios. Madrid: Edinumen, 1998.

_____. Español para el comercio internacional: libro de claves. Madrid: Edinumen, 1998.

MANGAS, González G; DE LA LOSA, M. C. Marcos. Técnicas de conversación telefónica. Madrid: Edelsa {s.d}.

PALOMINO, M.A. Técnicas de correo comercial. Madrid. Madrid: Edelsa {s.d}.

PRADA, Marisa de y BOVET, Montserrat. Hablando de negocios. Madrid: Edelsa, 1993.

12.6 ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS INTERNACIONAIS

Componente Curricular: Estratégias Competitivas Internacionais

Código: 60.354

Currículo 9 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Tipos de empresas internacionais. Alternativas e processos de internacionalização. Atividades afim da empresa. Alianças, fusões, aquisições e seleção do país estrangeiro. O risco internacional. Planejamento estratégico de internacionalização: análise estratégica, exportar, produzir localmente, estratégias de prioridade. Vantagem competitiva e sustentável. Estrutura organizacional. Mecanismos de avaliação das estratégias. A importância da satisfação do cliente.

Objetivo:

Obter uma compreensão do processo de planejamento estratégico competitivo internacional e adquirir parâmetros para análise e decisões estratégicas. Desenvolver aptidões para implementação do planejamento, fazer projeções e controlar resultados em uma organização.

Conteúdo Programático:

1 Globalização e Marketing Global

Principais Conceitos

2 Estrutura Organizacional para a Internacionalização

Estruturas clássicas

3 Seleção de País Estrangeiro

Processo de seleção de países de atuação

Alianças, fusões, aquisições

4 Alternativas e Processos de Internacionalização

Tipos de empresas internacionais

Atividades fim de empresas

5 Planejamento Estratégico de Internacionalização

Revisão do plano de marketing internacional e de marketing global

Análise estratégica de mercados

Opções locais de produção, exportação

Estratégias de prioridade

6 Vantagem Competitiva e Sustentável

Competitividade internacional

Mecanismos de avaliação das estratégias

A satisfação do cliente internacional

O papel do Estado na competitividade das empresas

7 Tópicos atuais, novidades e tendências sobre o tema

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem

como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

PORTER, M. E. Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

KOTLER, Philip. JATUSRIPITAK, Somkid. MAESINCEE, Suvit. O marketing das nações: uma abordagem estratégica para construir as riquezas nacionais. São Paulo: Futura, 1997.

KUAZAQUI, Edmir. Marketing internacional, como conquistar negócios em mercados internacionais. São Paulo, Makron Books, 1999.

Bibliografia Complementar:

CARNIER, Luiz Roberto. Marketing internacional para brasileiros 3 ed. São Paulo, Aduaneiras, 2004.

KOTLER, Philip. Administração de marketing: a edição do novo milênio. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KEEGAN, Warren J., GREEN, Mark C. Princípios de marketing global. São Paulo: Saraiva, 1999.

KRAEMER, C. G. Frederico Luiz Behrends, modelo de gestão empresarial: consciência, coerência, conveniência e congruência. Frederico Westphalen: URI, 2008.

PORTER, Michael E. Competição =: On competition. Rio de Janeiro: Câmpus, 2009.

PORTER, Michael E.; BRAGA, Elizabeth Maria Pinto ((trad.)). Vantagem competitiva. 19.ed. Rio de Janeiro: Câmpus, 2001.

12.7 FINANÇAS CORPORATIVAS

Componente Curricular: Finanças Corporativas

Código: 60.587

Currículo 9 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Economia/Administração

Ementa:

Visão global de finanças corporativas. Introdução à gestão financeira. Análises financeiras. Administração do capital de giro. Orçamento de capital. Técnicas de avaliação de investimentos em condições de risco e incerteza. Fontes de financiamentos. Custos do capital próprio e do capital de terceiros. Custo médio ponderado de capital. Estrutura de capital. Política de dividendos. Cenários e tendências em finanças.

Objetivos:

Permitir que o aluno compreenda a importância das finanças corporativas.

Conteúdo Programático:

Introdução sobre finanças corporativas

Visão global de finanças corporativas.

Introdução à gestão financeira.

Análises financeiras.

Administração do capital de giro.

Orçamento de capital.

Técnicas de avaliação de investimentos em condições de risco e incerteza.

Fontes de financiamentos.

Custos do capital próprio e do capital de terceiros.

Custo médio ponderado de capital.

Estrutura de capital.

Política de dividendos.

Cenários e tendências em finanças.

Tópicos atuais, novidades e tendências em finanças.

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

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

LUZIO, Eduardo. Finanças corporativas: teoria e prática: estudos de casos sobre geração e destruição de valor em empresas. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

MARTINS, Henrique Cordeiro; SOUSA NETO, José Antonio de. Finanças corporativas na prática: ferramentas gerenciais. Rio de Janeiro: Câmpus, 2011.

Bibliografia Complementar:

ASSAF NETO, Alexandre; LIMA, Fabiano Guasti. Curso de administração financeira. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2011.

BRAGA, R. Fundamentos e Técnicas de Administração Financeira. São Paulo: Atlas.

CENTRO DE PESQUISAS EM FINANÇAS. Análise financeira fundamentalista de empresas. São Paulo, SP: Atlas, 2009.

CENTRO DE PESQUISAS EM FINANÇAS. Finanças corporativas de longo prazo: criação

de valor com sustentabilidade financeira . São Paulo: Atlas, 2007.

MATIAS, Alberto Borges. Finanças corporativas de curto prazo. São Paulo: Atlas 2007.

ROSS A. S. et all. Princípios de Administração Financeira. São Paulo: Atlas.

12.8 FINANÇAS E MERCADOS INTERNACIONAIS

Componente Curricular: Finanças e Mercados Internacionais

Código: 60.357

Currículo 9 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Economia/Administração

Ementa:

Gestão de investimento, risco e retorno. Mercados a termo e futuro de opções. Finanças internacionais. Captação de recursos no exterior.

Objetivos:

Capacitar os alunos para compreender a distância do mercado financeiro internacional e suas relações com o Brasil. Proporcionar ao aluno conhecer a aplicação do conceito de risco e retorno.

Auxiliar o aluno a aplicar os conceitos de diversificação e hedge como mecanismos de administração de riscos. Capacitar o aluno a analisar e aplicar a teoria básica das opções na precificação de ativos. Contribuir para que o aluno analise os principais instrumentos de financiamento internacional e indicar os mais adequados à conjuntura do momento. Sensibilizar o aluno a comprometer-se com os integrantes dos grupos de trabalho.

Conteúdo Programático:

A gestão de investimentos

Formação de carteira

Administração de portfólio

Conceitos de riscos e retorno

Mercados a termos e futuro de opções

Revisão de finanças corporativas

Finanças internacionais

Sistema monetário internacional

Balanço de pagamentos

Captação de recursos no exterior: procedimentos, formas e produtos

Crises econômicas e suas repercussões nos mercados financeiros

Tópicos atuais, novidades e tendências em finanças e mercados internacionais

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica

CARVALHO, G. de. Introdução às finanças internacionais. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

FORTUNA, E. Mercado financeiro: produtos e serviços. 17 ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2008.

KLOTZLE, A. C., et al. Finanças internacionais. São Paulo: Saraiva.

NETO, A. A. Finanças corporativas e valor. São Paulo: Atlas, 2009.

Bibliografia Complementar

BESSADA, O. O mercado futuro e de opções. 3 ed. Rio de Janeiro: Record, 1995.

BREALEY, R. e MAYERS, S. C. Princípios de finanças empresariais. 2 ed. Portugal: McGraw-Hill, 1998.

GRIECO, F. de A. Comércio exterior e as crises financeiras. São Paulo: Aduaneiras, 1999.

RATTI, B. Comércio internacional e câmbio. 10 ed. São Paulo: Aduaneiras, 2001.

SAUL, N. Euromercados. Porto Alegre: Ortiz, 1991.

Site da Internet

Organização Mundial de Comércio Exterior: www.wto.org

Banco Mundial: www.world.bank.org

OCDE: www.ocde.org

The Economist: www.economist.com.br

Harward Business School: www.hbs.edu

Banco do Brasil: www.bb.com.br

Centro de Estudos de Logística: www.cel.coppead.ufrj.br

Edições Aduaneiras: www.aduaneiras.com.br

Portal Financeiro Infomoney: www.infomoney.com.br

Bolsa de Valores de São Paulo: www.bmfbovespa.com.br

12.9 GESTÃO DE CUSTOS NO AGRONEGÓCIO

Componente Curricular: Gestão de Custos no Agronegócio

Código: 60.375

Currículo 9 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração/Administração

Ementa:

A Contabilidade de custos, a contabilidade financeira e a contabilidade gerencial; princípios contábeis aplicados a custos; esquema básico da contabilidade de custos; custos para decisão; custeio baseado em atividades; custos para controle.

Objetivo:

Apresentar os conceitos básicos de custos aplicados ao agronegócio para que o aluno tenha condições de entender mais claramente o funcionamento do sistema de custos em empresas do agronegócio.

Conteúdo Programático:

A Contabilidade de custos no agronegócio

A contabilidade financeira no agronegócio

A contabilidade gerencial no agronegócio

Princípios contábeis aplicados a custos no agronegócio

Esquema básico da contabilidade de custos no agronegócio

Custos para decisão no agronegócio

Custeio baseado em atividades no agronegócio

Custos para controle no agronegócio

Custos por setores e por atividades no agronegócio

Custo por SAU no agronegócio

Tópicos atuais e tendências em custos no agronegócio

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

ANTUNES, L.M.; ENGEL, A. Manual de administração rural: custos de produção. Guaíba: Agropecuária, 1999.

BATALHA, M.O. Gestão agroindustrial. Vol.1. São Paulo: Atlas, 1997.

MARTINS, Eliseu. Contabilidade de custos. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2000.

Bibliografia Complementar:

LEONE, George Sebastião Guerra. Curso de contabilidade de custos. São Paulo: Atlas, 1997.

_____. Custos – Um enfoque administrativo. 6 ed. Rio de Janeiro: FGV, 1980.

IUDICIBUS, Sérgio de. Análise de custos. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1988.

_____. Análise de custos. São Paulo: Atlas, 1988.

12.10 GESTÃO DE NOVAS TECNOLOGIAS

Componente Curricular: Gestão de Novas Tecnologias

Código: 60.588

Currículo 9 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

As novas tecnologias e seus reflexos nas pessoas, no trabalho e nas organizações. O incluir-se tecnologicamente. A potencialização das novas tecnologias para a melhoria dos processos e das atividades. A gestão das novas tecnologias. O modismo versus o novo útil. A decisão sobre o que e quando promover a implantação de novas tecnologias nas organizações. Investimento em novas tecnologias. Como desenvolver novas tecnologias. A velocidade das novas tecnologias. Atualidades, novidades e tendências em novas tecnologias.

Objetivo:

Despertar no estudante o entendimento da importância das novas tecnologias e como otimizar estas de modo a melhorar o resultado das organizações..

Conteúdo Programático:

O que é nova tecnologia

A relação entre o velho e o novo em termos de tecnologia

As novas tecnologias e seus reflexos nas pessoas, no trabalho e nas organizações.

O incluir-se tecnologicamente.

A potencialização das novas tecnologias para a melhoria dos processos e das atividades.

A gestão das novas tecnologias.

Quando a tecnologia ajuda ou atrapalha pessoas e organizações

O modismo versus o novo útil. O útil e o inútil da tecnologia

Vícios tecnológicos

A decisão sobre o que e quando promover a implantação de novas tecnologias nas

organizações.

Investimento em novas tecnologias.

Como desenvolver novas tecnologias.

A velocidade das novas tecnologias.

Atualidades, novidades e tendências em novas tecnologias.

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

AVELAR, Suzana. Moda globalização e novas tecnologias. São Paulo: Estação das Letras, 2009.

MOREIRA, Daniel Augusto; QUEIROZ, Ana Carolina. Inovação organizacional e tecnológico. São Paulo: Cengage Learning, 2006.

SIQUEIRA, Ethevaldo. Tecnologias que mudam nossa vida. São Paulo: Saraiva.

Bibliografia Complementar:

BARBOSA FILHO, André; CASTRO, Cossete. Comunicação digital: educação, tecnologia e novos comportamentos. São Paulo: Paulinas, 2008.

CIRANDA CULTURAL (ed). Vício em novas tecnologias. São Paulo: Ciranda Cultural,

2009.

CLEUTON SAMPAIO. Sites dinâmicos: novas tecnologias. 2.ed. São Paulo: Brasport, 1999.

COSCARELLI, Carla Viana. Novas tecnologias, novos textos, novas formas de pensar. São Paulo: Autêntica, 2002.

MATTOS, J. R.; GUIMARÃES, L. S. Gestão da tecnologia e inovação: uma abordagem prática. São Paulo: Saraiva.

LAYMERT GARCIA DOS SANTOS. Politizar as novas tecnologias. São Paulo: 34, 2003.

TURBAN, Efraim; RAINER JR, R. Kelly; POTTER, Richard E. Administração de tecnologia da informação. Rio de Janeiro: Câmpus, 2005.

VELLOSO, Joao Paulo dos Reis. Nova estratégia industrial e tecnológica. São Paulo: José Olympio, 1990.

MOREIRA, Daniel Augusto; QUEIROZ, Ana Carolina. Inovação organizacional e tecnológico. São Paulo: Cengage Learning, 2006.

12.11 GOVERNANÇA CORPORATIVA

Componente Curricular: Governança Corporativa

Código: 60.589

Currículo 9 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Conceitos de governança corporativa. A governança corporativa como um diferencial de gestão. As boas práticas de governança corporativa. Respeito aos minoritários e mais frágeis, responsabilidade social e sustentabilidade ambiental como determinações e princípios. O novo mercado. Tag along aos acionistas. Tópicos atuais, novidades e tendências na área.

Objetivo:

Fazer o estudante entender que existem vários tipos de corporações e como elas são comandadas, sendo que a governança corporativa é uma importante forma.

Conteúdo Programático:

Conceitos de governança corporativa.

A governança corporativa como um diferencial de gestão.

As boas práticas de governança corporativa.

Respeito aos minoritários e mais frágeis, responsabilidade social e sustentabilidade ambiental como determinações e princípios.

O novo mercado.

Tag along aos acionistas.

Como uma companhia pode aderir ao método da governança corporativa

Vantagens de aderir a governança corporativa

Estudos de caso

Tópicos atuais, novidades e tendências na área.

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

RODRIGUES, Gregorio Mancebo; BRANDÃO, Mônica Mansur. Visões da governança corporativa: a realidade das sociedades por ações e a sustentabilidade. São Paulo: Saraiva, 2011.

ROSSETTI, José Paschoal; ANDRADE, Adriana. Governança Corporativa: Fundamentos, Desenvolvimento e Tendências. São Paulo: Atlas, 2011.

SILVA, Andre Luiz Carvalhal. . Governança corporativa e sucesso empresarial: melhores práticas para aumentar o valor da firma. São Paulo: Saraiva, 2006.

Bibliografia Complementar:

MATIAS, Alberto Borges. Finanças corporativas de curto prazo. São Paulo: Atlas 2007.

MELLO, Gilmar Ribeiro de, et al. Governança corporativa e governança na gestão pública. São Paulo: Atlas, 2008.

SILVEIRA, Alexandre Di Miceli da. Governança Corporativa no Brasil e no mundo: teoria e prática. São Paulo: Elsevier, 2010.

STEINBERG, Herbert; HALLQVIST, Bengt; RODRIGUEZ, Floreal; DALE, Guilherme; MONFORTE, José; FALDINI, Roberto. A dimensão humana da governança corporativa: pessoas criam as melhores e as piores práticas. São Paulo: Gente, 2003.

12.12 GESTÃO DO MEIO AMBIENTE

Componente Curricular: Gestão do Meio Ambiente **Código:** 60423

Currículo 9 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração/Biologia Administração

Ementa:

Administração e meio ambiente. Gestores ambientais. Reciclagem e combate ao desperdício com estratégia econômica e ambiental. Gestão da Produção Limpa e sustentabilidade. Protocolo de Kyoto. Créditos de Carbono. ISO 14000. Aspectos atuais e novidades da gestão ambiental. Tendência em gestão ambiental.

Objetivo:

Desenvolver conhecimento científico básico que terá como formação básica em administração, com formação especializada na área socioeconômica, biológica e de manejo dos recursos ambientais. Também a formação do administrador do ambiente, um profissional com embasamento na área de administração, somado a um conhecimento básico em diversos campos das Ciências do Ambiente.

Conteúdo Programático:

Administração X Meio Ambiente

Ecologia básica (conceitos)

Biomassas

Biogelquímico

Desequilíbrios Ambientais

Impacto Ambiental

Pilares da gestão ambiental

Sistemas de gestão ambiental (SGA)

Atualidades em Gestão Ambiental

Reciclagem e reaproveitamento

Gerenciamento de empresas recicladoras
Fiscalização, leis e regras sobre o agente produtor ou poluidor
Produção limpa
Acordo de Kyoto
Créditos de Carbono
ISO 14000
Certificações
A Gestão Ambiental nas Empresas
Atualidades, Novidades e Tendências em Gestão Ambiental

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

DIAS, Reinaldo. Gestão Ambiental, responsabilidade social e sustentabilidade. 2ed. São Paulo: Atlas, 2005.

SANCHEZ, Luis Enrique. Avaliação de impacto ambiental: conceito e método. São Paulo: Oficina de textos, 2008.

SEIFFERT, Mari Elizabete Bernardini. Gestão Ambiental: Instrumentos, esferas de ações e Educação ambiental. São Paulo: Atlas, 2009.

Bibliografia Complementar:

CAMPOS, Lucila Maria de Souza; LERÍPIO, Alexandre de Ávila. Auditoria ambiental: uma ferramenta de gestão. São Paulo: Atlas, 2009.

DONAIRE, Denis. Gestão ambiental na empresa. 2.ed. São Paulo: 1999.

MOURA, Luiz Antônio Abdalla de. Qualidade e gestão ambiental. 4.ed. rev., atual São Paulo: Juarez de Oliveira, 2004.

VARGAS, H. C. Novos instrumentos de gestão ambiental urbana. São Paulo: EDUSP, 2001.

VALLE, Cyro Eyer do. Qualidade ambiental: ISO 14000. 5.ed São Paulo: Editora Senac, 2004.

12.13 LEITURA E PRODUÇÃO TEXTUAL

Componente Curricular: Leitura e Produção Textual

Código: 81.360

Currículo 9 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Departamento Linguística, Letras e Artes

Área de conhecimento/aplicação: Letras / Administração

Ementa:

Compreender o processo de ensino e aprendizagem da leitura e produção textual, familiarizando-se com estruturas textuais diversificadas, visando o uso da linguagem em diferentes situações comunicativas.

Objetivo:

Desenvolver e melhorar, no estudante, habilidade redacionais e argumentativas, levando em conta a correta utilização da língua portuguesa e das regras gramaticais.

Conteúdo Programático:

Desenvolvendo habilidades para a escrita e argumentação correta

Formas de redação mais indicadas para relatórios de estágio e trabalhos de conclusão

Formas indicadas de argumentação em relatórios, pareceres e monografias

Reforço gramatical

Elaboração de textos e de argumentação

Casos práticos de redação e argumentação

Atualidades, Novidades e Tendências sobre o Tema

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a

boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

MARCUSCHI, Luiz Antonio. Produção textual, análise de gêneros e compreensão. São Paulo: Parábola Editorial, 2008

MARTINS, Dileta Silveira e ZILBERKNOP Lubia Scliar . Português Instrumental. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2003.

MEDEIROS, João Bosco. Redação empresarial. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

Bibliografia Complementar:

ALLENDE, Felipe; CONDEMARIN, Mabel. Leitura, teoria, avaliação e desenvolvimento. Porto Alegre: ArtMed, 2003.

BECHARA, Evanildo. Gramática escolar da Língua Portuguesa. Rio de Janeiro: Lucerna, 2004.

KOCH, Ingedore V.; ELIAS, V.M. Ler e compreender os sentidos do texto. São Paulo: Contexto, 2006.

MARCUSCHI, Luiz Antonio. Gêneros textuais: constituição de práticas sociais. São Paulo: Cortez, 2003.

RAMOS, Tania M. O espaço da oralidade na sala de aula. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

RODRIGUES, Manuela M. Manual de modelos de cartas comerciais. 12.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

12.14 LIBRAS – LÍNGUA BRASILEIRA DOS SINAIS

Componente Curricular: LIBRAS – Língua Brasileira dos Sinais

Código: 80.174

Currículo 9 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Departamento de Linguística, Letras e Artes

Área de conhecimento/aplicação: Linguística e Letras / Administração

Ementa:

Legislação e inclusão. Língua, culturas e comunidades surdas. Aquisição de Linguagem e a LIBRAS - Língua Brasileira de Sinais.

Objetivo:

Conhecer as singularidades linguísticas e culturais da comunidade surda, bem como a legislação referente a LIBRAS e a inclusão no ensino regular.

Construir noções básicas sobre a LIBRAS.

Oportunizar o contato com a LIBRAS visando proporcionar subsídios básicos para a comunicação através dessa língua.

Conteúdo programático:

Legislação e Inclusão;

Constituição do sujeito surdo;

Cultura Surda

Relação da história da surdez com a língua de sinais;

Libras

Noções básicas da Língua de Sinais Brasileira: O espaço de sinalização, os elementos que constituem os sinais (fonologia), noções sobre a estrutura da Língua, a língua em uso em contextos triviais de comunicação – alfabeto, numerais, pronomes e sinais referentes à escola.

A importância de Libras estrangeira para essa profissão

Atualidades, Novidades e Tendências sobre o Tema

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

BRITO, Lucinda (Org). Língua brasileira de sinais: educação especial. Brasília: Seesp, 1997.
FELIPE, Tanya A. e MONTEIRO, Myrna S. Libras em contexto: programa Nacional de Apoio À Educação de Surdos, curso básico. Brasília, MEC: SEESP:2001.
QUADROS, Ronice Muller de. e KARNOPP, Lodenir Becker. Língua de Sinais Brasileira – estudos linguísticos.

Bibliografia Complementar:

QUADROS, Ronice Muller de. Educação de Surdos: aquisição da linguagem.
SCHNEIDER, Roselía. Educação de surdos: inclusão no ensino regular. Passo Fundo: UPF, 2006.
SKLIAR, Carlos. Atualidades da educação bilíngue para surdos. Vol I e Vol II. Porto Alegre: Mediação.
_____ (Org). Um olhar sobre as diferenças. Porto Alegre: Mediação, 1998.

12.15 LÍNGUA INGLESA A

Componente Curricular: Língua Inglesa A

Código: 80-137

Currículo 9 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Departamento Linguística, Letras e Artes

Área de conhecimento/aplicação: Letras / Administração

Ementa:

Noções básicas da Língua Inglesa voltadas ao mundo dos negócios: conversação, gramática básica e aplicada e compreensão textual.

Objetivo:

Oportunizar o aprendizado do Inglês Instrumental Básico aplicado ao Comércio Exterior

Conteúdo Programático:

1 Texts for oral and written comprehension

Introductions, Greetings and Farewells

Making friends

Making telephone calls.

Asking for and giving directions

Asking for travel information

Leaving a message

Welcoming a visitor

Basic grammar

Parts of Speech

Cultural Awareness

Idiomatic Expressions

2 Gramática

Present simple

Adverbs of frequency

There is / there are

Some / any

Have / have got

Prepositions

Past simple

Regular and irregular verbs

Texts for oral and written comprehension

Cultural Awareness

Changing money

Applying for a Credit Card

Making an Appointment

3 A importância da língua estrangeira para essa profissão

4 Atualidades, Novidades e Tendências sobre o Tema

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

IRVINE, Mark. Commercially speaking: student's book. Oxford: Oxford University Press, 2000.

SPÍNOLA, Vera. Let's trade in English. São Paulo: Aduaneiras, 2001.

TAYLOR, Liz. International Express (Elementary). Oxford: OUP, 2002.

Bibliografia Complementar:

DUCKWORTH, Michael. Oxford Business English grammar and practice. Oxford: OUP, 1995.

GRANT, David & MCLARTY, Robert. Business Basis. Oxford, University Press, 1995.

JONES, Leo; Alexander, Richard. New International business English. Cambridge: CUP, 2002.

LONGMAN Business English Dictionary, 2002.

MURPHY, Raymond. Grammar in use. Oxford: OUP, 1992.

12.16 LÍNGUA INGLESA B

Componente Curricular: Língua Inglesa B **Código:** 80.138

Currículo 9 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Departamento Linguística, Letras e Artes

Área de conhecimento/aplicação: Letras / Administração

Ementa:

Conhecimentos básicos da Língua Inglesa voltados ao mundo dos negócios. Técnicas de escrita em nível básico. Gramática básica e aplicada. Habilidade de leitura e interpretação textual.

Objetivo:

Oportunizar o aprendizado básico da Língua Inglesa aplicado ao Comércio Exterior e desenvolver as habilidade de leitura e interpretação.

Conteúdo Programático:**1 Conversação e compreensão textual**

Making and changing arrangements

Writing e-mails and Faxes

Invitations and suggestions

Asking opinions

Agreeing and disagreeing

Social exchanges

2 Gramática

Present continuous tense

Future with will

Future with going to

Modals

Past simple and present perfect tense

Prepositions

3 A importância da língua estrangeira para essa profissão

4 Atualidades, Novidades e Tendências sobre o Tema

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

IRVINE, Mark. Commercially speaking: student's book. Oxford: Oxford University Press, 2000.

SPÍNOLA, Vera. Let's trade in english. São Paulo: Aduaneiras, 2001.

TAYLOR, Liz. International Express (Elementary). Oxford: OUP, 2002.

Bibliografia Complementar:

DUCKWORTH, Michael. Oxford Business English grammar and practice. Oxford: OUP, 1995.

GRANT, David & MCLARTY, Robert. Business Basic. Oxford, University Press, 1995.

JONES, Leo; Alexander, Richard . New International business English. Cambridge: CUP, 2002.

LONGMAN, Business English Dictionary, 2002.

MURPHY, Raymond. Grammar in use. Oxford: OUP, 1992.

12.17 MANIFESTAÇÕES DA CULTURA POPULAR REGIONAL

Componente Curricular: Manifestações da Cultura Popular Regional

Código: 70.659

Currículo 9 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Antropologia / Administração

Ementa:

Cultura e contribuições culturais. Fundamentos do folclore. Conceitos brasileiros de folclore. Aproveitamento do folclore para o turismo. O fato folclórico. Folclore e o Turismo na localidade/ região. A cultura popular como atrativo turístico. A sociedade de consumo e suas necessidades. O Tradicionalismo Gaúcho e suas manifestações. Aspectos atuais e tendências na área.

Objetivo:

Entender, interpretar e transmitir os principais aspectos e valores da cultura regional.

Conteúdo Programático:

Cultura e contribuições culturais

Cultura popular e folclore

Processo de folclorização e aculturação – o fato folclórico

O folclore no dia-a-dia

Manifestações folclóricas

Aculturações

A cultura popular como atrativo turístico

A sociedade de consumo e suas necessidades

A procura por lugares com características/identidade próprias

Medicina Popular

Mitos e Lendas

Arte e Artesanato

Festas e folguedos

A religiosidade no folclore

Música e Dança

Crendices e superstições

Linguagem e Literatura

Usos e Costumes

Comidas e Bebidas

Manifestações folclóricas regionais.

O folclore e o turismo na localidade/ região

Linguagem Popular – Provérbios - Ditados Populares

As contribuições culturais dos imigrantes e das etnias: portugueses, espanhóis, alemães, italianos, poloneses, negros e judeus.

A formação sociocultural do Gaúcho

O tradicionalismo Gaúcho

História do Tradicionalismo

Símbolos Gaúchos

Poetas Gaúchos

Dança e Música gaúcha

Literatura Gaúcha

Nativismo

Aspectos atuais e tendências na área

Tópicos atuais e tendências sobre o tema

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

CASCUDO, Luís da Câmara, 1898-1986. Dicionário do folclore brasileiro- 10 ed. São Paulo: Global, 2001

CIRNE, Paulo Roberto de Fraga. Danças Gaúchas. Erechim, RS : Movimento Tradicionalista Gaúcho/Edelbra, 2003.

DELLA MONICA, Laura. Turismo e Folclore: um binômio a ser cultuado. São Paulo: Global, 1999.

Bibliografia Complementar:

FERREIRA, Cyro Dutra. Campeirismo Gaúcho: Orientações Práticas. Porto Alegre: Movimento Tradicionalista Gaúcho/ Evangraf, 2003.

KICH, Bruno Canísio. Pequena Enciclopédia Gaúcha. Porto Alegre:Corag, 2004

LIMA, Rossini Tavares de, 1915-1987. Abecê do Folclore – 7. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

LOPES NETO, João Simões, 1865-1916. Contos Gauchescos e Lendas do Sul. Porto Alegre: L&PM Editores, 2006

RIBEIRO, Paula Simon. Folclore: aplicação pedagógica. Porto Alegre: Martins Livreiro, 2000.

12.18 ORATÓRIA E PERSUASÃO

Componente Curricular: Oratória e Persuasão

Código: 80-210

Currículo 9 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Departamento Linguística, Letras e Artes

Área de conhecimento/aplicação: Letras / Administração

Ementa:

Oratória e persuasão. Comunicação, motivação e expressividade. Relação entre o planejamento e organização da comunicação com o ato de comunicar.

Objetivo:

Permitir que o aluno desenvolva competências e habilidades de expressão, oratória e persuasão. Que se aproprie de conhecimentos relativos à oratória e à persuasão e aprimore a capacidade de expressão verbal, desvendando os segredos da arte de comunicar e persuadir.

Conteúdo Programático:

O despertar da oratória.

Dicção, expressão, oratória e persuasão.

Expressão oral:

A comunicação como forma de valorização pessoal;

A comunicação e a persuasão na era tecnológica.

Como falar em público.

Linguagem adequada para cada público.

Tom de voz adequado para cada público.

Desinibição. Como perder o medo do argumento em público:

O medo de falar em público;

Entendendo o medo;

Mudança de atitude.

O ler versus o improvisar.

Encadeamento lógico de ideias:

Organização, objetividade, clareza, exatidão;

Roteiro de apresentação:

A Mensagem

Planejamento da mensagem;

Organização da mensagem;

Transmitindo a mensagem.

Atributos de um bom orador:

Credibilidade;

Naturalidade;

Motivação

Emoção;

Expressão corporal

Conhecimento.

Técnicas de expressão oral e persuasão.

A forma adequada de expressão, oratória e persuasão do administrador.

O discurso do administrador

Atualidades, novidades e tendências na área.

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se

juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

FERREIRA, Luiz Antonio. *Leitura e persuasão: princípios de análise retórica*. São Paulo: Contexto, 2010.

FROLDI, Albertina Silva. *Comunicação verbal: um guia prático para você falar em público*. São Paulo: Pioneira, 1998.

POLITO, Reinaldo. *Como falar corretamente e sem inibições*. 111. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

Bibliografia Complementar

ALCÂNTARA, Josias Moreira de; MOZZATO, Gian Carlo. *A magia da expressão verbal*. Curitiba, PR: Juruá, 2003.

POLITO, Reinaldo. *Assim é que se fala: como organizar a fala e transmitir idéias*. 20. ed. São Paulo: Saraiva, 2001.

_____. *Como se tornar um bom orador e se relacionar bem com a imprensa*. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 1996.

_____. *Vença o medo de falar em público*. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 1997.

_____. *Gestos e posturas para falar melhor*. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 1988.

STONE, Douglas; PATTON, Bruce; HEEN, Sheila. *Conversas difíceis*. 13. ed. Rio de Janeiro: Câmpus, 2004.

12.19 PESQUISA OPERACIONAL

Componente Curricular: Pesquisa Operacional

Código: 60.426

Currículo 9 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Pesquisa Operacional, conceitos, objetivos e fases de um estudo. Programação Linear. Método simplex. Simulação Computacional, aplicações. Aspectos atuais e tendências na área.

Objetivo:

Proporcionar ao aluno a oportunidade de conhecer e aplicar alguns conceitos relativos à pesquisa operacional, desenvolvendo conhecimentos e habilidades necessárias para sua utilização.

Conteúdo Programático:

1 Apresentação da Pesquisa Operacional

Conceitos e características da Pesquisa Operacional

Objetivos da Pesquisa Operacional

A Pesquisa Operacional e sua influência no processo decisório

Fases de um estudo em Pesquisa Operacional

2 Programação Linear

Modelo em programação linear

Método Gráfico

Conceito

Gráfico do conjunto de soluções

Avaliação do objetivo

3 O Método Simplex

Apresentação

Descrição do método para maximização

Solução de um modelo geral de programação linear pelo método Simplex

O problema da degeneração e da solução ilimitada

Caso de soluções múltiplas

4 Simulação Computacional

Introdução

Conceitos básicos

Campos de aplicação

Softwares existentes

Utilização de software para resolução de problemas

5 Problema do Transporte

O modelo linear do transporte

O caso de sistemas não equilibrados

O algoritmo dos transportes

6 Aspectos atuais, novidades e tendências

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento

das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

ANDRADE, Eduardo Leopoldino. Introdução à pesquisa operacional: métodos e modelos para análise de decisões. 4 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2009.

CAIXETA-FILHO, José Vicente. Pesquisa Operacional: Técnicas de otimização aplicadas a sistemas agroindustriais. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

LACHTERMACHER, Gerson. Pesquisa operacional na tomada de decisões. 4. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

Bibliografia Complementar:

CORRAR, Luiz J.; THEÓPHILO, Carlos Renato (Org.). Pesquisa operacional: para decisão em contabilidade e administração : contabilometria. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

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

LOESCH, Claudio; HEIN, Nelson. Pesquisa operacional: fundamentos e modelos. Blumenau, SC: FURB,, 1999.

SILVA, Ermes Medeiros da; GONCALVES, Valter; MUROLO, Afrânio Carlos (Orgs.). Pesquisa operacional: programação linear. 2.ed São Paulo: Atlas, 1996.

TAHA, Hamdy A. Pesquisa Operacional. 8.ed. São Paulo, SP: Pearson Prentice Hall, 2008.

12.20 PRIMEIROS SOCORROS EM ATIVIDADES TURÍSTICAS

Componente Curricular: Primeiros Socorros em Atividades Turísticas

Código: 40.437

Currículo 9 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Atendimento de Primeiros Socorros em situações de emergência e emergência: ferimentos, dor, alergias, queimaduras, exposição ao calor, hemorragias; intoxicações, picadas e mordidas de animais, lesões ósseas e articulares; corpo estranho no organismo, desmaio, choque, hipotensão, hipertensão, hipoglicemia; distúrbios convulsivos, ressuscitação cardiovascular, asfixia, choque elétrico, afogamento; transporte de acidentado, caixa de emergência.

Objetivo:

Apresentar ao aluno noções de primeiros socorros.

Conteúdo Programático:

Ferimentos;
Dor/alergia;
Queimadura/exposição calor;
Hemorragias;
Intoxicações;
Lesões ósseas e articulares;
Corpo estranho/desmaio;
Estado de choque/estado convulsivo/crise epilética;
Ressuscitação cardiovascular;
Asfixia/choque elétrico;
Afogamento;

Mordida de cão e gato;
Picada de animais
Transporte de acidentado;
Caixa de emergência;
Fraturas/estiramentos/entorses/distensões;
Hipotensão/hipertensão;
Hipoglicemia;
Contraturas;
Cãibras;
Tipos de imobilizações;
Enfaixamentos
Aspectos atuais e tendências em lazer e recreação no turismo.
Tópicos atuais e tendências sobre o tema

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

KAWAMOTO, Emília. Acidentes:: como socorrer e prevenir. São Paulo: EPU, 2002. 110p.
ISBN 8512127104

FRITSCHER, Carlos Cezar. Manual de urgências médicas. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002. 591p.

SIQUEIRA, Carlos Alberto. Manual de socorro de emergência. São Paulo : Atheneu, 2000.

Bibliografia Complementar:

GUYNTON, Arthur C. Tratado de Fisiologia Médica. 8 ed. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1992.

LUZ, N. F. da; BULOW, L. K. Primeiros Socorros: como agir nas emergências. Porto Alegre: Rígel, 1995.

NORO, João J (coord). Manual de Primeiros Socorros: como proceder nas emergências em casa, no trabalho e no lazer. Ática, 1996.

ROGERS, Osborn e Pousada. Enfermagem de Emergência. Um manual prático. Porto Alegre: artes Médicas.

TRALDI, Maria Cristina. Enfermagem e primeiros socorros. São Paulo : Alínea, 1997.

12.21 PROJETOS SOCIAIS

Componente Curricular: Projetos Sociais

Código:60.590

Currículo 9 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Tipos de projetos sociais. Finalidade dos projetos sociais. Importância, necessidade e aplicação dos projetos sociais. Elaboração e análise de projetos sociais. Lógica do planejamento nos projetos sociais relacionando os meios e os fins. Órgãos e entidades que demandam projetos sociais. Execução, gerenciamento e acompanhamento dos projetos sociais. Indicadores de projetos. Atualidades, novidades e tendências em projetos sociais.

Objetivo:

Analisar e discutir os fundamentos na elaboração de projetos sociais e sua importância para a sociedade e as entidades.

Conteúdo Programático:

1 Introdução ao Projeto

Conceitos e finalidades sobre projetos sociais

Importância, necessidade e aplicação dos projetos sociais.

O papel dos projetos econômicos e dos projetos sociais

Diferenças e ligações entre Projetos e Programas

Tipos e Objetivos de projeto sociais

Agentes envolvidos com projeto

Interesses, públicos, privados, econômicos, ambientais e sociais no projeto

2. Estruturação de Projetos

Planejamento do projeto social

Identificação geral do projeto

Estrutura e Etapas de um projeto social: o projeto passo a passo

3 PROJETOS E APLICAÇÕES

Lógica do planejamento nos projetos sociais relacionando os meios e os fins.

Órgãos e entidades que demandam projetos sociais.

Execução, gerenciamento e acompanhamento dos projetos sociais.

Indicadores de projetos.

Atualidades, novidades e tendências em projetos sociais

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

CLEMENTE, Ademir. Projetos Empresariais e Públicos. São Paulo: Atlas, 2002.

SERRANO: Gloria Perez. Elaboração de Projetos Sociais. Editora Porto

WOILER, Samsao; MATHIAS, Washington Franco. Projetos: planejamento, elaboração e análise. 2. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2008.

Bibliografia complementar:

COHEN, Ernesto; FRANCO, Ronaldo. Avaliação de projetos sociais. Petrópolis, RJ, Vozes, 1993.

CONTADOR, CLÁUDIO R. Projetos Sociais: Avaliação e Prática. São Paulo. Atlas, 1997.

KASSAI, José Roberto, et al. Retorno do Investimento. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

REBELATTO, Daisy (org). Projeto de Investimento. Barueri: Manole, 2004.

RODRIGUES, Maria Cecília Prates. Projetos Sociais Corporativos

12.22 RESPONSABILIDADE SOCIAL

Componente Curricular: Responsabilidade Social

Código: 60.591

Currículo 9 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Conceitos de responsabilidade social. Nova ordem social. Responsabilidade social e cidadania. A organização socialmente responsável. Balanço social. Marketing social. Projetos sociais. Aspectos atuais, novidades e tendências em responsabilidade social.

Objetivo:

Trazer ao estudante os conceitos modernos de responsabilidade social e a importância dessa ação em prol da empresa e da comunidade..

Conteúdo Programático:

Conceitos de responsabilidade social.

Nova ordem social.

Responsabilidade social e cidadania.

A empresa e sua ação social junto ao público interno e o público externo

A organização socialmente responsável.

Balanço social.

Marketing social.

Projetos sociais.

Aspectos atuais, novidades e tendências em responsabilidade social.

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos

futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

ESTIGARA, Adriana; PEREIRA, Reni; LEWIS, Sandra A. Lopes Barbon. Responsabilidade social e incentivos fiscais. São Paulo, SP: Atlas, 2009.

QUEIROZ, Adele et al. Ética e responsabilidade social nos negócios. 2.ed São Paulo, SP: Saraiva, 2005.

REIS, Carlos Néelson dos; MEDEIROS, Luiz Edgar. Responsabilidade social das empresas e balanço social: meios propulsores do desenvolvimento econômico e social. São Paulo, SP: Atlas, 2009.

Bibliografia Complementar:

CONSELHO REGIONAL DE CONTABILIDADE DO RIO GRANDE DO SUL. Manual de Incentivos Fiscais: para investimentos sociais, desportivos e culturais. 4. ed. rev. e atual. Porto Alegre: Comissão de estudos de responsabilidade social do CRCRS, 2011.

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

FAUR, Adriana Rodrigues et al. Contabilidade ambiental e relatórios sociais. São Paulo: Atlas, 2009.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. Balanço Social: uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações. São Paulo: Atlas, 2001.

ZENONE, Luiz Cláudio. Marketing social. São Paulo, SP: Thomson, 2006.

12.23 REALIDADE REGIONAL E COMÉRCIO EXTERIOR

Componente Curricular: Realidade Regional e Comércio Exterior

Código: 60-359

Currículo 9 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Economia / Administração

Ementa:

Análise da realidade brasileira, gaúcha e regional quanto às suas atividades ligadas à economia e ao comércio exterior. Perfil regional voltado ao empreendedorismo exportador e importador. Redes de cooperação e consórcios de exportação. O contexto da internacionalização das pequenas, médias e grandes empresas regionais e seus reflexos nesta região. A concorrência internacional na região e o mercado mundial como alvo de vendas. A diferença regional de postura e desempenho das empresas que atuam no comércio exterior e das que não atuam no mercado internacional. A qualificação das empresas e das pessoas para atuar na área. Atividades práticas de pesquisa buscando subsídios e informações sobre o perfil regional no comércio exterior. Órgãos e ações de apoio regionais e nacional para o comércio exterior, em especial à exportação.

Objetivos:

Possibilitar que o aluno consiga diagnosticar a realidade regional e perceber a importância e a capacitação destas e de suas empresas para atuar no comércio exterior.

Encontrar métodos e alternativas que permitam uma melhor inserção das empresas e da região no comércio exterior com capacidade competitiva.

Descrever a situação real da economia regional e sua dinâmica exportadora, demonstrando números.

Analisar comparativamente custos e qualidade dos produtos regionais frente ao mercado global.

Entrevistar agentes locais ligados ao comércio exterior, verificando na prática a atividade exportadora regional.

Conteúdo Programático:**1. INTRODUÇÃO AO CONCEITO REGIONAL EXPORTADOR**

Conceituações

Formas de inserção no mercado internacional

Custos e qualidade dos produtos

Capacitação regional para a atividade exportadora

Problemas econômicos regionais

Fatores determinantes que fazem as empresas regionais ingressarem no comércio exterior

2. ALTERNATIVAS EMPRESARIAS DE COMPETITIVIDADE E INSERÇÃO

O modelo italiano de organização coletiva e empreendedorismo para exportar

Formas de organização coletiva das empresas: terceirização, parcerias, redes de cooperação, consórcios de exportação e economia solidária.

Consultores e empresas exportadoras como alternativa

Principais produtos e nichos de mercado para a exportação

Diferenças do mercado regional e nacional em relação ao mercado exterior

A logística regional e a proximidade geográfica como um fator determinante de competitividade no Mercosul: prós e contras

3. ESTUDO DA REGIÃO: CASOS PRÁTICOS

Estudo do perfil exportador regional

Estudos de casos ou de localidades

Diagnóstico setorial no comércio exterior regional

Estudo das melhores alternativas para o comércio exterior regional

4. INTEGRAÇÃO ECONÔMICA DA REGIÃO COM O MERCADO GLOBAL

A região e suas perspectivas no cenário global

A região e os efeitos da globalização

Como inserir a região e seus produtos

Os novos nichos de mercado na exportação

5. ÓRGÃOS E AÇÕES DE APOIO REGIONAIS E NACIONAL

6. TÓPICOS ATUAIS, NOVIDADES E TENDÊNCIAS EM REALIDADE REGIONAL E COMÉRCIO EXTERIOR

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

LUDOVICO, Nelson. Como preparar uma empresa para o comércio exterior. São Paulo: Saraiva, 2009.

MAIA, Jayme de Matriz. Economia internacional e comércio exterior. 12 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

SILVA, Mozart Foschete da. Relações econômicas internacionais. São Paulo: Aduaneiras, 1999.

Bibliografia Complementar:

CARVALHO, Maria Auxiliadora de. Economia internacional. 4.ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

COHEN, Daniel. Riqueza no mundo, pobreza das nações... Rio de Janeiro: Betrand Brasil, 1998.

GRIECO, Francisco de Assis. O Brasil e nova economia global. São Paulo: Aduaneiras, 2001.

MACHADO, João Bosco M. Mercosul, processo de integração: origem, evolução e crise. São Paulo: Aduaneiras, 2000.

SATUR, Roberto Vilmar; SCHNEIDER, Alcio. Impactos na renda de municípios com perfil industrial frente à mundialização. Ijuí: Ed. Unijuí, 2001.

Sites da internet

www.brasilglobalnet.gov.br

www.fee.gov.br

www.mdic.gov.br

www.bacen.gov.br

www.ibge.gov.br

www.fvg.br

www.economiabr.gov

12.24 SEMINÁRIOS AVANÇADOS EM ADMINISTRAÇÃO

Componente Curricular: Seminários Avançados em Administração

Código: 60-593

Currículo 9 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Pesquisa, elaboração, discussão e apresentação de assuntos ligados a administração de forma mais aprofundada e avançada do que o que já foi discutido durante o curso. Atualidades, novidades e tendências em gestão.

Objetivo:

Possibilitar que o aluno construa sua própria reflexão sobre gestão auxiliado por assuntos novos ou aprofundamento maior de temas já discutidos. Aprendizagem de forma dinâmica e flexível.

Conteúdo Programático:

Desenvolvimento de pesquisa, estudos, artigos, visitas, mesas redondas, debates e outros métodos dinâmicos que permitem o aprofundamento e o aprimoramento do conhecimento da ciência da administração e da prática da gestão.

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

A ser construída de acordo com o tópico contemporâneo escolhido para esse componente curricular.

Bibliografia Complementar:

A ser construída de acordo com o tópico contemporâneo escolhido para esse componente curricular.

12.25 TÉCNICA PROFISSIONAL EM TURISMO

Componente Curricular: Técnica Profissional em Turismo

Código: 60.427

Currículo 9 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Elaboração e implementação de roteiros e narrativas das viagens. Aspectos atuais e tendências em Técnicas Profissionais em Turismo.

Objetivos:

Acompanhar e avaliar os futuros guia de turismo em todos os aspectos relevantes para a condução de viagens de turismo.

Conteúdo Programático:

A viagem e o Roteiro

Procedimentos preliminares – providências na agência

Material de trabalho/documentos administrativos e outros

Plano de viagem – o programa

Quilometragem

Pontos de apoio alternativos

Recepção ao turista – procedimentos de recepção

Documentação de passageiros

Etiquetagem de bagagem

Translado para o hotel

Acomodação ao turista no hotel – check-in

Distribuição dos apartamentos

Controle das bagagens

Gratificações

Procedimento diário no meio de hospedagem

Procedimento na realização de passeios/visitas – reunião do grupo

Procedimentos durante os percursos do passeio

Procedimentos nas paradas definidas e/ou exploratórias

Paradas para refeições

Retorno para os meios de hospedagem

Saída do turista do hotel – check-out

Controle de bagagens

Pagamentos

Procedimentos no embarque/desembarque – pagamentos taxas de embarque

Controle de bagagens

Revisão no meio de transporte

Assistência ao turista/documentos necessários

Check-in de embarque

Embarque/desembarque no meio de transporte

Procedimentos no retorno

Agradecimentos

Promoção de outros roteiros

Procedimentos finais juntos à agência – relatório final

Prestação de contas

Devolução das sobras do material

Procedimentos para traslados

- de chegada
- de saída

Procedimentos no aeroporto – serviços gerais no terminal de passageiros

- de embarque
- desembarque com o grupo

Situações de emergência

- saúde do turista
- assalto / roubo
- procedimentos de segurança (conduta em transportes, meios de hospedagem, espaço urbano e natural, etc.).

Elaboração e implementação de roteiros e narrativas.

Aspectos atuais e tendências sobre o tema.

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

BENI, Mário Carlos. Análise estrutural do turismo. 12 ed. São Paulo: Ed. SENAC, 2007.

MCINTOSH, Robert W. Turismo princípios, práticas e filosofias. Porto Alegre: Bookman, 2002.

TOMELIN, Carlos Alberto. Mercado de agências de viagens e turismo. São Paulo: Aleph, 2001.

Bibliografia Complementar:

OLIVEIRA, Antônio Pereira. Turismo e desenvolvimento: planejamento e organização. 2 ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2000.

O'CONNOR, Peter. Distribuição da informação eletrônica em turismo e Hotelaria. Porto Alegre: Bookman, 2001.

PAGE, Stephen. Transporte e turismo. Porto Alegre: Bookman, 2001.

PETROCCHI, Mário. Turismo: planejamento e gestão. 2. ed. São Paulo: Pearson, 2009.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. Turismo e qualidade: tendências contemporâneas. 8 ed. Câmpusnas: Papyrus, 2002.

12.26 TÓPICOS CONTEMPORÂNEOS EM ADMINISTRAÇÃO

Componente Curricular: Tópicos Contemporâneos em Administração

Código: 60.285

Currículo 9 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Temas emergentes e contemporâneos de grande relevância e repercussão dentro do ensino de administração e do processo de gestão. Tendências da Gestão Moderna.

Objetivo:

Possibilitar ao aluno um contato com temas emergentes da administração, de acordo com o cenário apresentado.

Flexibilizar o oferecimento de temas relevantes no contexto de cada região, dinamizando o conhecimento dos acadêmicos em áreas específicas.

Conteúdo Programático:

Opções de temas:

Tópicos contemporâneos em Administração da Produção

Tópicos contemporâneos em Administração de Marketing

Tópicos contemporâneos em Administração de Custos e formação de preços

Tópicos contemporâneos em Administração de Materiais e Logística

Tópicos contemporâneos em Administração Estratégica e Planejamento Estratégico

Tópicos contemporâneos em Administração da Inovação e da Mudança

Tópicos contemporâneos em Administração de Sistemas de Informações

Tópicos contemporâneos em Empreendedorismo

Tópicos contemporâneos em Organização e Métodos

Tópicos contemporâneos em Administração Financeira

Tópicos contemporâneos em Gestão de Pessoas

Tópicos contemporâneos em comércio Exterior

Tópicos contemporâneos em Turismo

Tópicos contemporâneos em Agronegócio

Demais tópicos emergentes na gestão atual

Obs.: Os assuntos abordados no referido componente curricular serão propostos de acordo com a escolha de um ou mais dos tópicos descritos anteriormente.

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

A ser construída de acordo com o tópico contemporâneo escolhido para esse componente curricular.

Bibliografia Complementar:

A ser construída de acordo com o tópico contemporâneo escolhido para esse componente curricular.

12.27 TURISMO RURAL

Componente Curricular: Turismo Rural

Código: 60.445

Currículo 9 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Eletivo **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Conceitos e aspectos do Turismo Rural. O agroturismo e o ecoturismo. Detalhamento, estudo e discussão das diferentes modalidades de turismo que são ou podem ser desenvolvidas no meio rural, situando o aluno na discussão conceitual das atividades turísticas e proporcionando a compreensão das diversas sub-atividades do Turismo Rural. Hotéis fazenda. Aspectos atuais e tendências em turismo rural.

Objetivo:

Capacitar o aluno para a compreensão e discernimento das diferentes modalidades de turismo voltadas ao meio rural. Capacitá-lo para compreender as peculiaridades, demandas e impactos de cada subatividade do Turismo Rural.

Conteúdo Programático:

1 A natureza e evolução do turismo em meio rural.

Papel do turismo na diversificação.

O que é o turismo no meio rural.

Agroturismo

Ecoturismo no meio rural

Hotel fazenda

Oportunidades e limitações.

Custos e benefícios

2 Legislação de Turismo em Espaço Rural (TER)

3 Turismo em Meio Rural e Sustentabilidade Rural

Impactos culturais e ambientais

Maior participação e controle pela parte das comunidades locais. Agenda 21

Turismo baseado em atividades: turismo de natureza e sustentabilidade de turismo rural alternativo

Atrações e atividades no meio rural

Áreas protegidas e conflitos entre conservação e turismo

Efeitos sociais (parcerias, atividades culturais, expectativas da população, a função da mulher).

4 A contribuição do turismo para a economia rural

Novas e diversificadas ocupações

Recuperação de artes e ofícios tradicionais

Maior investimento (público e privado)

Restauração de casas rústicas

Recuperação de usos e costumes tradicionais (artesanato)

Preservação da arquitetura e patrimônio natural

Gastronomia regional

A potencialidade do agroturismo

Melhoramento de serviços públicos

Novos serviços (esportes, gastronomia, áreas de lazer)

5 Turismo no desenvolvimento rural e regional

A função do turismo no desenvolvimento rural integrado.

Desenvolvimento rural e desenvolvimento regional.

O financiamento do desenvolvimento rural: recursos e oportunidades locais, regionais, nacionais e estrangeiras.

Parcerias públicas/privadas.

Transportes

6 Marketing do Turismo em Meio Rural

Gestão de qualidade de destinos turísticos rurais

Necessidade de uma estratégia do produto

O papel do grupo de ação local na promoção de turismo rural de qualidade

7 Turismo de Qualidade no Meio Rural

Segmentação de turismo em zonas rurais

Pesquisa e técnicas de manipulação de dados

Planificação e design de produtos (esporte, gastronomia, artesanato)

Inovação no marketing e técnicas de rede formação

8 Formulação e candidaturas para projetos de Turismo Rural

9 Aspectos atuais, novidades e tendências em turismo rural

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

TULIK, Olga. Turismo rural: coleção abc do turismo. São Paulo: Aleph, 2003.

PORTUGUEZ, Anderson P. Turismo no espaço rural: enfoques e perspectivas. São Paulo: Roca, 2006.

SALES, Mary M. G. Turismo rural: inventário turístico no meio rural. São Paulo: Alínea,

2003.

Bibliografia Complementar:

LINDBERG K.; HAWKINS DONALD E. Ecoturismo – um guia para planejamento e gestão. São Paulo: Senac, 1995.

PELLIGRINI FILHO, A. Ecologia, cultura e turismo. 2. ed. Câmpusnas: Papirus, 1997.

RUSCHMANN, Doris. Turismo e planejamento sustentável a proteção do meio ambiente. Câmpusnas: Papirus, 1997.

13 COMPONENTES CURRICULARES ESPECÍFICOS DE LINHA DE FORMAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

Nesta seção contém os componentes curriculares específicos de linha de formação em Administração. Os componentes curriculares estão em ordem alfabética. Para consultar utilize o Sumário.

13.1 CONSULTORIA EMPRESARIAL

Componente Curricular: Consultoria Empresarial

Código: 60.433

Currículo 9 semestres: Específico V **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Específico V **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração /Administração

Ementa:

Aplicações de atividades de consultoria em empresas públicas e privadas. Diagnóstico empresarial. Reestruturação de estratégias de gestão através da leitura de cenários micro e macro ambientais. Aspectos atuais e tendências em assessoria e consultoria.

Objetivo:

Oportunizar aos acadêmicos conhecimento teórico e prático das ferramentas de consultoria empresarial, aguçando suas habilidades críticas de mensuração das estratégias empresariais.

Desenvolver habilidades de diagnóstico e leitura de cenários internos e externos às organizações;

Organizar as informações coletadas para otimizar suas aplicações nas tomadas de decisão gerencial;

Oferecer condições para que os acadêmicos prestem assessoria e consultoria nas suas atividades profissionais.

Conteúdo Programático:

Definições e história da consultoria e suas premissas no Brasil

Conceitos e diferença entre consultoria e assessoria

Aplicações da consultoria na gestão de negócios

O papel do consultor empresarial, mercado de trabalho e atuação profissional

Prestação de serviços em consultoria, estratégias de preço e comunicação

Etapas de um trabalho de consultoria empresarial

Diagnóstico empresarial e leitura de cenários

Elaboração de documentos formais e apresentação de relatórios de consultoria

Aspectos atuais, novidades e tendências em assessoria e consultoria

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

BERTI, Anelio. Diagnóstico Empresarial: teoria e prática. São Paulo: Ícone, 2006.

CROCCO, L.; GUTTMANN, E. Consultoria empresarial. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

SUCCESSO, Edna Bom. Competências em consultoria: a teoria na prática. Rio De Janeiro Qualitymak, 2005.

Bibliografia Complementar:

GRUMBACH, Raul José; MARCIAL, Elaine Coutinho. Cenários prospectivos: como construir um futuro melhor. Coleção FGV Negócios. 5.ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002.

HOLTZ, Herman. Como ser um consultor independente de sucesso – Rio de Janeiro: Ediouro, 1997.

JUNQUEIRA, L. A. Costacurta & MARCHIONI, Célia, Cada empresa tem o consultor que

merece: como otimizar as relações entre clientes e consultores – São Paulo: Editora Gente, 1999.

OLIVEIRA, D. P. R. Manual de avaliação de empresas e negócios. São Paulo: Atlas 2004.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Manual de consultoria empresarial: conceitos, metodologia e práticas. 10.ed. São Paulo: Editora Atlas, 2011.

WEINBERG, Gerald M., Consultoria – o segredo do sucesso. São Paulo: McGraw-Hill, 1990.

13.2 GERENCIAMENTO DE PROJETOS

Componente Curricular: Gerenciamento de Projetos

Código: 60.434

Currículo 9 semestres: Específico IX **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Específico IX **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Fundamentos de gerenciamento de projetos, conceitos básicos, tipos de abordagens para gerenciamento de projetos, novos métodos para realizar a gestão de projetos com conceitos interdisciplinares. Controle da implementação de Projetos. Previsão comparado a resultados. Aspectos atuais e tendências em gerenciamento de projetos.

Objetivo:

Analisar e discutir as metodologias de gestão de projetos proporcionando aos acadêmicos a aprendizagem de gestão sistêmica.

Conteúdo Programático:

1 Fundamentos da Gestão de Projetos

Definição de projeto;

Contexto e evolução do gerenciamento de projetos;

Ciclo de vida dos projetos;

2 Conceitos básicos de Gerenciamento de Projetos:

Os problemas clássicos no Gerenciamento de Projetos

Planejamento infinito de capacidade;

O ambiente multitarefa;

A gestão de escopo de projetos;

A gestão de riscos nos projetos;

A gestão de pessoas em projetos;

A gestão de custos em projetos;
A gestão de qualidade em projetos;
A gestão da integração dos projetos;
O gerente/líder de projetos.

3 Abordagens para gestão de projetos:

Rede PERT e COM;
Engenharia Simultânea;
Padronização;
Paralelismo e Simultaneidade;
Integração e Forças-tarefa;

4 O método da Corrente Crítica

Conceitos básicos
Softwares disponíveis

5 Sistemas de informações na gestão de projetos

Previsão comparado a resultados.
Aspectos atuais e tendências em gerenciamento de projetos.

6 Tópicos atuais, novidades e tendências sobre o tema

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e

seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

GIDO, Jack; CLEMENRTS, James P. Gestão de projetos. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

HELDMAN, K. Gerência de Projetos. Rio de Janeiro: Câmpus, 2003.

NEWTON, Richard. O gestor de projetos. 2. ed. São Paulo: Pearson Education, 2011.

Bibliografia Complementar:

GIDO, J.; CLEMENTS, J. P. Gestão de projetos. 3. ed. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

VALERIANO, D. L. Gerenciamento estratégico e administração de projetos. São Paulo: Makron Books, 2001.

TURBAN, Efraim; MCLEAN, Ephraim; WETHERBE, James C. Tecnologia da informação para gestão: transformando os negócios na economia digital. 3.ed Porto Alegre: Bookman, 2004.

HELDMAN, Kim. Gerência de projetos: Guia para o exame oficial do PMI. 5.ed. atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

CASAROTTO FILHO, Nelson; FAVERO, Jose Severino; CASTRO, João Ernesto E. Gerencia de Projetos / engenharia simultânea. São Paulo: Atlas, 1999.

13.3 GESTÃO DA INOVAÇÃO E DA MUDANÇA

Componente Curricular: Gestão da Inovação e da Mudança

Código: 60.583

Currículo 9 semestres: Específico VII **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Específico VII **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Conceitos de Criação e de Inovação. Conceitos de Mudança. Evolução histórica do progresso técnico e do desenvolvimento. Identificar posturas empresariais, governamentais e locais que favoreçam e invistam na criação e na inovação como um diferencial de incorporação de conhecimento pelo setor produtivo e sua transformação em melhores condições de produção e comercialização. Indicadores da situação do sistema nacional de inovação. Inovação e transferência de tecnologia. INPI, registros, marcas e patentes. A mudança como necessidade empresarial. Mudanças naturais, mudanças de local, mudança de setor, mudanças decorrentes de fusões de atividades, mudanças de estrutura e de tecnologia, mudança por novas unidades, mudança pela compra ou pela venda de empresas ou atividades, mudanças devido a novas estratégias empresariais, mudanças por necessidade de adequação e mudança causada pela inovação. O tradicional e as resistências a mudança. Formas de superar as resistências. Tópicos atuais, novidades e tendências sobre inovação e mudança.

Objetivo:

Discutir aspectos ambientais e culturais para a inovação e para a mudança, proporcionando uma visão sistêmica do seu processo e desenvolvendo a capacidade de avaliação dos atores deste processo. Possibilitar o monitoramento de impactos de ações públicas e do sistema regulatório na inovação e a reação interna das empresas a inovação e a mudança. Avaliar a capacidade empreendedora no sistema de inovação e formas de inovar e mudar.

Conteúdo Programático:

1 Ciência, Tecnologia e História

Conhecimento e evolução

Conceitos de Invenção e Criação

Conceito de Inovação

Conceitos de Mudança

Diferença entre inventar, inovar e mudar

Ciência, tecnologia e desenvolvimento e progresso técnico

2. O empreendimento inovador e suas relações

Política empresarial para financiar a pesquisa e a inovação empresarial

Cultura empresarial para a inovação

Inovação e Sustentabilidade

Os registros e a aplicação das inovações como diferencial competitivo

O Setor de Pesquisa e Desenvolvimento nas organizações

A compra de tecnologias e licenças de uso

Cooperação tecnológica

3 Sistemas Nacionais de Inovação e Registros e o Papel do Governo

Agentes do sistema de inovação

Financiamento dos gastos em C&T e P&D

Sistema brasileiro de inovação

INPI, CNPq, FINEP e outros órgãos reguladores e de fomento a pesquisa e inovação

Ambiente regulatório

Propriedade intelectual

Registros de Marcas e Patentes

Políticas públicas para a inovação

Investimentos e fomentos do Governo na Pesquisa e na Inovação

Diferenças entre regiões e países que investem mais em inovação frente a quem investe menos

4 Sistema Técnico-científico e as Instituições de Pesquisa

Estrutura, papel e importância do sistema técnico-científico e o papel da pesquisa

A Universidade e os NITT e a Inovação pela transferência de Tecnologia

As incubadoras tecnológicas

5 Indicadores em Inovação

Construção de indicadores

Indicadores de recursos

Indicadores de estrutura

Indicadores de resultados

Indicadores de efeito

6 Gestão da Mudança

A mudança como necessidade empresarial. Tradicional versus novo

Mudanças naturais ou rotineiras

Mudanças de local

Mudança de setor ou fusão de setores

Mudanças decorrentes de terceirização de atividades

Mudança decorrente da venda da empresa para outra: fusão e incorporação

Mudança decorrente da compra de outra organização e sua incorporação

Mudança de estrutura e de rotina: novas normas, procedimentos, organograma e outros

Mudança para novas unidades

Mudança de forma ou estilo de gestão

Mudanças decorrentes de tecnologia e a resistência dos colaboradores decorrentes da falta de qualificação: como superar esses dilemas

Mudança decorrente a inovação

O tradicional e as resistências a mudança

Formas de superar as resistências a mudança

7 Atualidades, novidades e tendências em inovação e mudança

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a

boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

DRUCKER, Peter Ferdinand. Administrando em tempos de grandes mudanças. São Paulo, SP: Pioneira, 2006.

KOULOPOULOS, T. M. Inovação com resultado: o olhar além do óbvio. São Paulo: Gente, 2011

LIVRO VERDE. Ciência, Tecnologia e Inovação: desafio para a sociedade brasileira.. Brasília: Ministério da Ciência e Tecnologia e Academia Brasileira de Ciências, 2001.

MATTOS, João Roberto Loureiro de; GUIMARÃES, Leonam dos Santos. Gestão da tecnologia e inovação: uma abordagem prática. São Paulo: Saraiva, 2005

Bibliografia Complementar:

ANGELONI, Maria Terezinha (org.). Organização do conhecimento: infraestrutura, pessoas e tecnologia. 2.ed. São Paulo: Saraiva

ASSAD, Nancy Alberto. As cinco fases da comunicação na gestão de mudanças. São Paulo: Saraiva.

BERNARDES, Roberto. Et al. Inovação em serviços intensivos em conhecimentos. São Paulo: Saraiva.

CARVALHO, Tereza C. M. B. Tecnologia da informação: tempo de inovação. São Paulo: Makron Books, 2009.

CORAL, Elisa. Et al (orgs). Gestão integrada da inovação. São Paulo: Atlas, 2009.

JULIEN, P. A. Empreendedorismo regional e economia do conhecimento. São Paulo: Saraiva, 2010.

LANDES, D. Prometeu Desacorrentado: Transformação Tecnológica e Desenvolvimento Industrial na Europa Ocidental desde 1750 até nossa Época. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1994.

PETIT, Francesc. Faça você uma marca. 4.ed. São Paulo: Saraiva.

SILVA, Miguel Moura e. Inovação, transferência de tecnologia e concorrência: estudo comparado do direito da concorrência dos Estados Unidos e da União Europeia. São Paulo: Almedina, 2003.

TERRA, José Claudio C. (org.). Inovação: quebrando paradigmas para vencer. São Paulo: Saraiva.

WILSON, Graham; GOUVEIA, Ricardo. Fazendo acontecer a mudança: a empresa dos novos tempos. São Paulo: Saraiva, 1996.

ZOGBI, Edson. Competindo através da gestão da inovação. São Paulo: Atlas, 2008.

13.4 GESTÃO DA QUALIDADE E PRODUTIVIDADE

Componente Curricular: Gestão da Qualidade e Produtividade

Código: 60.280

Currículo 9 semestres: Específico IV **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Específico IV **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Histórico da Qualidade. Movimentos Motivacionais. Sistemas de Qualidade. Conceitos da Qualidade. Implantação. Qualidade em projetos: suprimentos. Gerenciamento. Fabricação. Montagem e condicionamento. Normalização. Organização nacional e estrangeira. Metodologia de elaboração de normas. Normas básicas. Noções de confiabilidade.

Objetivo:

Analisar e discutir os fundamentos e objetivos da qualidade e produtividade, para que o acadêmico tenha a capacitação devida à implementação dos sistemas de qualidade nas organizações.

Conteúdo Programático:

1 Introdução à Qualidade

Abordagem histórica

Conceitos

Os pensadores e suas metodologias

Princípios da qualidade.

2 Os sistemas de qualidade

O sistema TQC (Controle da Qualidade Total)

O sistema TQM (Gestão da Qualidade Total)

O sistema ISO 9000

3 Controle da qualidade

Controle estatístico do processo
Ferramentas de controle
Documentação do sistema de qualidade
Padronização
Procedimentos para implementação de normas

4 Gerenciamento da Qualidade

Aspectos humanos e tecnológicos
Círculos de controle da qualidade
Participação e comprometimento

5 Qualidade, Estratégia e Produtividade

Missão empresarial
Qualidade como pré-requisito para o mercado
ISO 9000 como vantagem competitiva
Sistemas de qualidade e níveis de produção
Integração empresa e sociedade

6. Gestão da qualidade no Agribusiness

7. Tópicos atuais, novidades e tendências sobre o tema

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

ALVAREZ, M. E. B. Administração da qualidade e da produtividade: abordagens do processo administrativo. São Paulo: Atlas, 2001.

PALADINI, Edson Pacheco. Gestão da qualidade: teoria e prática. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

ZYLBERSZTAJN, Décio; SCARE, Roberto Fava (Orgs.). Gestão da qualidade no agribusiness: estudos e casos. São Paulo, SP: Atlas, 2003.

Bibliografia Complementar:

AZAMBUJA, T. T. de. Documentação de Sistemas da Qualidade: um guia prático para a gestão das organizações. Rio de Janeiro: Câmpus, 1996.

CERQUEIRA, Jorge Pedreira de. ISO 9000, no ambiente da qualidade total. 3. ed. Rio de Janeiro: 1994.

DEMING, W. E. Qualidade: a revolução da Administração. Rio de Janeiro. Saraiva, 1990.

LASCARAS, A. L. Gestão da qualidade: teoria e prática. São Paulo: Atlas, São Paulo: Atlas, 2001.

O'HANLON, Tim. Auditoria da qualidade: com base na ISO 9000:2000, conformidade agregando valor. São Paulo: Saraiva, 2005.

13.5 GESTÃO DE MARKETING

Componente Curricular: Gestão de Marketing

Código: 60.435

Currículo 9 semestres: Específico II **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Específico II **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Conhecimento e a importância da estratégia mercadológica. Conceitos teóricos sobre os tipos, formas de planejamento de marketing. Composto de marketing e implementação e controle dos programas. Aspectos atuais do marketing e tendências na área.

Objetivo:

Identificar, selecionar e interpretar as variáveis mercadológicas que propiciam a interação da empresa com o ambiente que ela está inserida, desenvolvendo condições de avaliar as situações de mercado e encontrar alternativas que orientem a tomada de decisão, procurando a solução dos problemas mercadológicos das organizações.

Conteúdo Programático:

1 Estratégia Mercadológica

Introdução

Estratégia e Tática

Análise de Mercado

Formulação de estratégias de marketing

Estabelecimento de unidades estratégicas do negócio

2 Desenvolvendo a Estratégia de Marketing e o Mix de Marketing

Estratégias de Produtos e Serviços – Definição de produto; Classificação de produtos; Decisões sobre produtos e marketing de serviços. Desenvolvimento de Novos Produtos e Estratégias de Ciclo de vida de produtos

Estratégias e Programas de Preços: Estabelecimento do Preço; Adequação do Preço; Iniciativas e respostas a mudanças de preços.

Canais de Distribuição e Gerenciamento de Logística: A natureza dos canais de distribuição; Comportamento e Organização do Canal; Decisões de Projeto de canal; Decisões de Administração do Canal; Distribuição Física e Administração de Logística.

Varejo, Atacado, Logística de Mercado e os 7 P's de Marketing.

Plano Estratégico Integrado de Comunicação de Marketing: Passos no Desenvolvimento de uma Comunicação Eficaz; Estabelecendo o Orçamento Total e o Mix de Promoção; A mudança das Comunicações de Marketing; A comunicação de Marketing Socialmente Responsável.

3 Implementação e Controle

Formação da Estrutura de marketing

Decisão do processo para ação executiva

Auditoria de Marketing

4. Tópicos Atuais e Tendências em Marketing

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

CHURCHILL, Gilbert A. Marketing: criando valor para o cliente. São Paulo: Saraiva, 2000.

COBRA, Marcos. Administração de marketing no Brasil. São Paulo: Cobra, 2003.

KOTLER, P. Administração de Marketing: Análise, Planejamento e Controle. 10º ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

Bibliografia Complementar:

FERREIRA, Manuel Portugal. Marketing para empreendedores e pequenas empresas. São Paulo: Atlas, 2010.

FIGUEIREDO, Celso. Turbine o seu negócio: propaganda para a pequena empresa. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

HOOLEY, G. J.; SAUNDERS, J. A.; PIERCY, N. F. Estratégias de marketing e posicionamento competitivo. São Paulo: Prentice Hall, 2001.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Plano de Marketing para micro e pequena empresa. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

LIMEIRA, Tania Maria Vidigal. E- Marketing:: o marketing na internet com casos brasileiros. 2 ed. rev. a atual. São Paulo, SP: Saraiva, 2007.

SERRALVO, Francisco Antonio. Gestão de marcas no contexto brasileiro. São Paulo: Saraiva.

YANAZE, Mitsuru Higuchi. Gestão de marketing e comunicação: avanços e aplicações. 2.ed. São Paulo: Saraiva.

13.6 GESTÃO PÚBLICA

Componente Curricular: Gestão Pública

Código: 60.394

Currículo 9 semestres: Específico VIII **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Específico VIII **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Organização da Administração Pública. Evolução da Administração Pública: da Burocracia ao Gerencialismo. Contexto Contemporâneo da Atuação do Estado. Qualidade na Administração Pública. Princípios e definição da administração pública; Lei de Diretrizes Orçamentária e o Plano Plurianual de Investimento. Orçamento público. A gestão pública contemporânea e seus desafios, responsabilidades e importância para o desenvolvimento de estratégias em prol do bem comum. Aspectos atuais e tendências na gestão pública.

Objetivo:

Despertar no aluno a compreensão, a importância e a responsabilidades do gestor público e sua profissionalização, oportunizando para isso conhecimento teórico e prático das especificidades da gestão pública em todas as suas esferas de poder.

Conteúdo Programático:

Fundamentos de Gestão pública

Organização da Administração Pública

Evolução da Administração Pública: da Burocracia ao Gerencialismo

Contexto Contemporâneo da Atuação do Estado.

Qualidade na Administração Pública.

Princípios e definição da administração pública

Lei de Diretrizes Orçamentária e o Plano Plurianual de Investimento

Planejamento, organização direção e controle das atividades públicas

Gestão de arrecadação e de despesas no setor público

Orçamento público
Gestão de Secretaria, setores, departamentos, estatais e autarquias públicas
Gastos, Investimentos e Despesas previstas em lei e as não previstas
Administração direta e indireta
Responsabilidade fiscal na administração pública
Tribunal de contas
Controle de máquinas, almoxarifado e materiais no setor público
Administração pública de recursos humanos
Hierarquia e poder na gestão pública
Concursos públicos, capacitação e plano de carreira
Licitações e as modalidades de licitações: carta convite, tomada de preço, pregão e concorrência
Controle da qualidade dos serviços públicos prestados
Aspectos atuais e novidades na gestão pública
Tendências na gestão pública
A participação social na administração pública

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

- MATIAS-PEREIRA, José. Manual de gestão pública contemporânea. São Paulo: Atlas, 2009.
- NASCIMENTO, Edson Ronaldo. Gestão pública. 2.ed. São Paulo: Saraiva.
- PAZZAGLINI FILHO, Marino. Princípios Constitucionais Regulamentadores da Administração Pública. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2008

Bibliografia Complementar:

- BALDO, Rafael Antonio. Novos horizontes para a gestão pública. Curitiba: Juruá, 2009.
- BOTELHO, Milton Mendes. Manual prático de controle interno na administração pública municipal. 2.ed. Curitiba: Juruá, 2008.
- CONTADORIA E AUDITORIA GERAL DO ESTADO (CAGE). Manual do gestor público. Porto Alegre: Corag, 2011.
- DI PIETRO, Maria S. Z. Parcerias na administração pública: concessão, permissão, franquia, terceirização e outras formas. 8.ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- FIGUEIREDO, Carlos M. Administração Pública. São Paulo: ed. Revista dos Tribunais, 2002.
- GIACOMONI, James. Orçamento público. 15.ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- KOTLER, Philip; LEE, Nancy. Marketing no setor público: um guia para um desempenho mais eficaz. Porto Alegre: Bookman, 2008.
- MATIAS-PEREIRA, José, Curso de administração pública: foco nas instituições e ações governamentais. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- SANTOS, Clezio Saldanha dos. Introdução à gestão pública. São Paulo: Saraiva.
- SECCHI, Leonardo. Políticas públicas: conceitos, esquemas de análises, casos práticos. São Paulo: Cengage, 2011.

13.7 MODELOS DE NEGOCIAÇÃO

Componente Curricular: Modelos de Negociação

Código: 60.267

Currículo 9 semestres: Específico III **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Específico III **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Buscar e aprimorar o desenvolvimento das habilidades em negociações. Estabelecer critérios de negociação em todos os níveis. Evidenciar as técnicas de negociação. Aprimorar as habilidades comportamentais na negociação. Analisar os aspectos culturais que influenciam nas negociações. Postura dos negociadores como negociar em meio a conflitos.

Objetivo:

Buscar aprimorar as técnicas de negociação para fazer frente às situações de tomada de decisão permanentes na administração no âmbito negocial, pessoal e diplomático.

Conteúdo Programático:

1 Conceitos Básicos

Elementos constitutivos

Princípios

Tipos de negociação

Modelos interpretativos

Estrutura

Movimentos e etapas no processo

Atores e fatores condicionantes

2 A comunicação e a negociação

3 O papel e a importância da negociação

4 As técnicas de Negociação

5 Habilidades Comportamentais na negociação

6 Aspectos Psicológicos nas negociações

Nível racional nas negociações

Nível emocional-afetivo nas negociações

7 Tipos de negociação

8 Estratégias e Táticas de negociação

Força e fraqueza no processo de negociação

Construção da estratégia

Táticas e manobras

9 Outros Aspectos da negociação

Conflitos, intermediação, negociação, acordo, resultado

10 Estilos de Negociação

11 Postura dos negociadores

12 Processo decisório na negociação

13 Resultados da negociação

14 Ética na negociação

15 Aspectos atuais, novidades e tendências em negociação

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do

conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

BURBRIDGE, R. Marc et al. Gestão de negociação: como conseguir o que se quer sem ceder o que não se deve . 2. ed. rev., ampl. e atual. São Paulo: Saraiva, 2007.

LIMA NETTO, R. Habilidade do rei: você também pode ser um bom negociador. Rio de Janeiro, Ediouro, 2005.

THOMPSON, Leigh L. O negociador. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

Bibliografia Complementar:

ANDRADE, R. O. B. et al. Princípios de negociação. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

CHRISTOPHER, Elizabeth M. Técnicas de negociação. São Paulo: Clio, 1996.

COLLINS, Patrick J. Negocie para vencer!: os 10 mandamentos das negociações bem-sucedidas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

FERREIRA, Gonzaga. Negociação: como usar a Inteligência e a racionalidade. São Paulo: Atlas, 2008.

FISHER, R., URY, W. Como chegar ao sim. Rio de Janeiro: Imago, 1994.

HIRATA, Renato H. Estilos de negociação: as oito competências vencedoras. São Paulo: Saraiva.

MARTINELLI, D. P.; VENTURA, C. A. A.; MACHADO, J. R. Negociação internacional. São Paulo, Atlas, 2004.

SARFATI, Gilberto. Manual de negociação. São Paulo: Saraiva, 2010.

URY, W. Supere o não negociando com pessoas difíceis. São Paulo: Best Seller, 2001.

13.8 PESQUISA DE MARKETING

Componente Curricular: Pesquisa de Marketing

Código: 60.584

Currículo 9 semestres: Específico VI **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Específico VI **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Sistema de informações em marketing. Conceitos fundamentais de pesquisa em marketing. Conceitos sobre o Comportamento do Consumidor e do Comprador Organizacional. Métodos de pesquisa. Medidas e escalas em marketing. Amostragem. Elaboração de instrumento de coleta de dados. Planejamento e execução da coleta de dados. Tabulação e interpretação dos dados. Elaboração de relatório de pesquisa. Aspectos atuais, novidades e tendências em pesquisa de marketing.

Objetivo:

Desenvolver a capacidade de obter e compreender as informações do mercado. Capacidade de planejar, coletar, analisar e apresentar estudos de mercado a partir de metodologias de pesquisa apropriadas. Estudar as técnicas utilizadas na elaboração de pesquisa de marketing como ferramenta para auxiliar o processo decisório organizacional. Introduzir conceitos, identificar e analisar problemas de marketing que possam ser solucionados por meio da pesquisa de marketing. Apresentar o Sistema de Informações de Marketing.

Conteúdo Programático:

1 Introdução à pesquisa de Marketing

Conceitos e aplicações

Pesquisas de mercado

Pesquisas sobre composto de marketing

Tipos de pesquisa (dados primários e secundários)

Tipos de aplicações, finalidades, vantagens e desvantagens

2 O processo da pesquisa de Marketing

Identificar o problema de pesquisa

O tema da pesquisa

Os objetivos da pesquisa

Objeto da pesquisa

3 Desenvolvimento da pesquisa de Marketing

Tipos de pesquisa

Técnicas de amostragem

Técnicas de coleta de dados

Técnicas de análise de dados

Tipos de processos de seleção de amostra

Cálculo do tamanho da amostra

Medidas e escalas em marketing

Escalas de medida (nominal, ordinal, intervalar e razão)

4 Pesquisas quantitativas e qualitativas

Conceitos

Funções e fluxos dos tipos de pesquisa

Níveis de análise de dados

Decisões sobre o projeto de pesquisa

Definindo retorno das pesquisas

5 Coleta de dados primários e secundários

Definição de dados primários e secundários

Técnicas de coleta de dados

Análise dos dados coletados

6 Instrumento de coleta de dados

Tipos de questionários

Tipos de formulários

Tipos de entrevistas

Grupo de foco

Organização das variáveis, pré-teste

Planejamento e execução da coleta de dados

Formas de abordagens do entrevistado

Treinamento e supervisão da coleta de dados

7 Resultados da pesquisa

Tabulação e interpretação dos dados

Digitação, análise estatística de dados

Construção de relatório de pesquisa

Formas de apresentação de dados

Preparar o relatório da pesquisa

Comunicar o resultado da pesquisa

8 Ética em pesquisa de Marketing

Código de ética da pesquisa de marketing

Postura ética do pesquisador frente ao pesquisado

Sigilo e divulgação dos dados

9 Aspectos atuais, novidades e tendências em pesquisa de marketing

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e

seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

FARIA, Izabel Sabatier; FARIA, Mario de. Pesquisa em marketing: teoria e prática. São Paulo: M. Books, 2009.

MALHOTRA, Naresh; BOCCO, Laura (Trad.). Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada.. 4.ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

SAMARA, Beatriz Santos; BARROS, José Carlos de. Pesquisa de Marketing: conceitos e metodologia . 4. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

Bibliografia Complementar:

BARQUETTE, Stael; CHAOUBAH, Alfredo (org). Pesquisa de marketing. São Paulo: Saraiva.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi, et al. Pesquisa de marketing. São Paulo: Atlas, 2010.

MALHOTRA, Naresh K. et al. Introdução à pesquisa de marketing. São Paulo: Pearson Education, 2005.

MATTAR, Najib Fauze. Pesquisa em marketing. 3.ed. vol 1. São Paulo, Atlas: 2009

MATTAR, Najib Fauze. Pesquisa em marketing. 3.ed. vol 2. São Paulo, Atlas: 2009

PINHEIRO, Roberto Meireles (Et al.). Comportamento do consumidor e a pesquisa de mercado. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

VIRGILLITO, Salvatore Benito. Pesquisa em marketing: uma abordagem quantitativa e qualitativa. São Paulo: Saraiva, 2010.

13.9 REDES DE EMPRESAS

Componente Curricular: Redes de Empresas

Código: 60.437

Currículo 9 semestres: Específico I **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Específico I **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Conceitos de Redes de Cooperação, sua dimensão e evolução. Perspectivas teóricas do estudo de redes. Formas e tipologias e arranjos interorganizacionais. Resultados dos arranjos interorganizacionais. Gestão de Redes. Aspectos atuais e tendências em Redes de Cooperação.

Objetivo:

Analisar e discutir os conceitos que fundamentam as redes empresariais, redes de cooperação e os arranjos interorganizacionais. Proporcionar uma visão sistêmica da formatação das redes empresarias possibilitando o entendimento de seu funcionamento e condições para seu gerenciamento.

Conteúdo Programático:

1- Redes de Empresas e Cooperação

Conceitos fundamentais:

Dimensões da cooperação na sociedade e nas organizações;

Conceitos e evolução histórica do conceito de redes.

2- Perspectivas Teóricas do Estudo de Redes

Economia industrial; abordagem estratégica; dependência de recursos; redes sociais (social networks); custos de transação; abordagens críticas;

Aspectos econômicos e institucionais das redes: modelos de governança econômica: hierarquia, mercado e redes.

Cases e experiências correlatas sobre cooperação, participação e capital social.

3-Tipologias dos arranjos interorganizacionais

Arranjos verticais: a dimensão da hierarquia - redes de distribuição integrada do tipo matriz e filial, franquias, redes de subcontratação;

Arranjos horizontais: a dimensão da cooperação – redes de cooperação, consórcios de empresas, clusters, distritos industriais, pólos tecnológicos;

Arranjos formais: a dimensão contratual - joint-ventures, alianças estratégicas;

Arranjos informais: a dimensão da convivência - redes de pesquisadores, redes de profissionais.

4-Resultados dos arranjos interorganizacionais

O aspecto da aprendizagem coletiva;

O aspecto da inovação em rede;

Os ganhos de escala e de poder de mercado;

A provisão de soluções aos associados;

O acúmulo de capital social e a melhoria das relações sociais;• as reduções de custos e de riscos nos investimentos.

5- Gestão de redes de empresas

Mecanismos sociais;

Motivação e comprometimento;

Organização estratégica;

Aspectos contratuais;

Integração com flexibilidade;

Instrumentos avançados de gestão de redes.

6 - Aspectos atuais, novidades e tendências em Redes de Cooperação

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos

futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

AMATO NETO, J. Redes de cooperação produtiva e clusters regionais. São Paulo, Atlas, 2000.

CASAROTTO FILHO, N.; PIRES, L. H. Redes de pequenas e médias empresas em desenvolvimento local: estratégias para a conquista da competitividade global com base na experiência italiana. São Paulo: Atlas, 1999.

CASTELLS, M. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

Bibliografia Complementar:

ARAÚJO, L. As Relações Inter-organizacionais. In: RODRIGUES, Suzana B; CUNHA, Miguel P. Estudos organizacionais: novas perspectivas na administração de empresas: uma coletânea luso-brasileira. São Paulo: Iglu, 2000.

BALESTRIN, A. A dinâmica da complementaridade de conhecimento nas redes interorganizacionais. Tese de Doutorado. PPGA – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2005.

DI SERIO, Luiz Carlos (org). Clusters empresariais no Brasil: casos selecionados. São Paulo: Saraiva.

LORANGE, P.; ROSS, J. Alianças estratégicas: formação, implementação e evolução. São Paulo: Atlas, 1996.

VERSCHOORE, J. R. de S. (Org.). Redes de cooperação: uma nova organização de pequenas e médias empresas no Rio Grande do Sul. Porto Alegre: UFRGS/FEE, 2004.

14 COMPONENTES CURRICULARES ESPECÍFICOS DE LINHA DE FORMAÇÃO EM COMÉRCIO INTERNACIONAL

Esta seção contém os componentes curriculares específicos de linha de formação em Comércio Internacional. Os componentes curriculares estão em ordem alfabética. Para consultar utilize o Sumário.

14.1 DIFERENÇAS CULTURAIS, USOS E COSTUMES DOS POVOS

Componente Curricular: Diferenças culturais, usos e costumes dos povos

Código: 60-360

Currículo 9 semestres: Específico IX **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Específico IX **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Antropologia / Administração

Ementa:

O pensamento antropológico e sua importância para o comércio exterior. Cultura: um conceito antropológico. A relação cultura e mercado. A abordagem casos típicos de diferenças culturais, usos, costumes e história dos povos. O papel da cultura internacional nas negociações. Os fatores culturais que envolvem o ambiente de negociação internacional. Dimensão de diferentes culturas, comportamento e ética do negociador brasileiro. Cruzamento cultural na comunicação e serviços. Processos e técnicas de negociação para diferentes culturas.

Objetivo:

Fornecer uma visão da antropologia cultural ligada às principais diferenças culturais, de usos e de costumes dos povos e sua relação com as competências e técnicas individuais importantes para uma negociação de abertura e consolidação de mercados internacionais, capacitando o acadêmico para a concretização dos planejamentos estratégicos de marketing internacional de uma organização.

Conteúdo Programático:

1 INTRODUÇÃO: ANTROPOLOGIA CULTURAL

Histórico do conceito de antropologia e cultura

O conceito de antropologia e cultura

A interpretação da antropologia e da cultura

Teorias modernas sobre antropologia e a cultura

Teorias da etnicidade

Cultura e mercado (globalização e cultura, urbanidade, urbanização e cultura, empresa, sociedade, cultura e consumo)

Individualidade, identidade e sociabilidade na modernidade

Mídia, religião e cultura

2 GEOGRAFIA E DIFERENÇAS CULTURAIS

Comércio exterior e geografia

Usos, costumes e histórico dos povos

Casos típicos de diferenças culturais

3 PAPEL DA CULTURA NAS NEGOCIAÇÕES

Fatores culturais que envolvem o ambiente de negociação

Pré-requisitos culturais para os negociadores

4 COMPORTAMENTO, ÉTICA E CULTURA

Diferentes culturas, diferentes comportamentos e diferentes éticas

Comportamento do brasileiro no exterior e com estrangeiros no Brasil

Ética e comportamento na relação entre pessoas de diferentes locais

5 CRUZAMENTO CULTURAL

Comunicações e serviços em negócios internacionais

As diferentes interpretações

O misturar culturas e o preservar culturas

6 DIFERENÇA CULTURAL: DO CONFLITO AO INTERCÂMBIO

Os conflitos decorrentes das diferenças entre povos e pessoas

Quando a diferença cultural agrega e permite o intercâmbio

7 RELAÇÕES ÉTNICO-RACIAIS E HISTÓRIA E CULTURA AFRO-BRASILEIRA E AFRICANA

A questão étnico racial e a história e a cultura africana e afro-brasileira

Resolução CNE/CP N° 01 de 17 de junho de 2004

A questão étnica brasileira, a descendência e a questão multirracial brasileira

8 ATUALIDADES E TENDÊNCIAS

Temas e fatos atuais em diferenças culturais, usos e costumes dos povos

Novidades e Tendências em diferenças culturais, usos e costumes dos povos

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

ANDRADE, Rui Otávio Bernardes de; ALYRIO, Rovigati Danilo; VILAS BOAS, Ana Alice. Cultura e ética na negociação internacional. São Paulo: Atlas, 2006.

MENDES, Candido (Coord.). Pluralismo cultural, identidade e globalização. Rio de Janeiro: Record, 2001.

DOURADO FILHO, Fernando. Ao redor do mundo: convivência e negociação com culturas estrangeiras para brasileiros. [S.l.]: ABDR, 2000

Bibliografia Complementar:

COHN, Gabriel. Sociedade Global: Cultura e religião. 2.ed Petrópolis: Vozes, 1998.

GONCALVES, Luiz Alberto Oliveira; SILVA, Petronilha B. Gonçalves e. O jogo das diferenças: o multiculturalismo e seus contextos. Belo Horizonte Autêntica 1998

HUNTINGTON, Samuel P. Muitas globalizações: diversidade cultural no mundo contemporâneo. São Paulo: ABDR, 2004.

LARAIA, Roque de Barros. Cultura:: um conceito antropológico. 13.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

MARTINELLI, Dante Pinheiro; VENTURA, Carla A. A.; MACHADO, Juliano R. Negociação internacional. São Paulo, SP: Atlas, 2008.

PAVIANI, Jayme. Cultura, humanismo & globalização. Caxias do Sul-Rs: EDUCS, 2004.

ROBERTSON, Roland. Globalização: teoria social e cultura global. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

YÚDICE, George; KREMER, Marie-Anne (Trad.). A conveniência da cultura/ usos da cultura na era global. Belo Horizonte: UFMG, 2006.

14.2 ECONOMIA INTERNACIONAL, GLOBALIZAÇÃO E INTEGRAÇÃO

Componente Curricular: Economia Internacional, Globalização e Integração

Código: 60.347

Currículo 9 semestres: Específico III **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Específico III **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Economia / Administração

Ementa:

Introdução à economia internacional. Principais escolas do pensamento econômico. Teorias do comércio internacional. Vantagens das trocas internacionais. O balanço de pagamentos. Sistema monetário internacional. Tendências de globalização, integração econômica e formação de blocos. O Brasil na integração econômica. As multinacionais e transnacionais. A internacionalização das empresas mediante mercado de capitais, fusões, aquisições e joint-ventures. Entidades supranacionais na economia internacional.

Objetivo:

Dar aos alunos conhecimento mínimo para que possam entender as especificidades da Economia Internacional e situar o Brasil no contexto mundial, através das suas relações internacionais e do processo econômico de integração.

Possibilitar, ainda, a avaliação das formas e mecanismo dos pagamentos internacionais, visando ao ajustamento do Balanço de Pagamentos.

Apresentar a nova formatação do mercado internacional com a consolidação das multinacionais e transnacionais, das fusões, das aquisições, joint venture e mercado de capitais internacional. O poder de influência das entidades supranacionais.

Conteúdo Programático:

1 INTRODUÇÃO À ECONOMIA INTERNACIONAL

Conceituações

Características do comércio internacional

Problemas econômicos internacionais

Fatores determinantes das relações com o exterior

A economia empresarial e sua inserção no mercado internacional

2 PRINCIPAIS ESCOLAS DO PENSAMENTO ECONÔMICO E TEORIA DO COMÉRCIO INTERNACIONAL

Fisiocratas e Mercantilistas

A escola clássica e as teorias das vantagens absolutas e comparativas

A escola neoclássica, Heckscher-Ohlin e Competitividade pelo Fator em Abundância,

Teorias contemporâneas da economia internacional

3 O BALANÇO DE PAGAMENTO

Conceito e estruturas

Ajustamento do balanço de pagamentos

Revisão sobre balanço de pagamento e a economia política

Os últimos anos do balanço de pagamento no Brasil

4 SISTEMA MONETÁRIO INTERNACIONAL

Mercado de câmbio e o efeito das taxas sobre o balanço de pagamento

Mecanismos de controle e medidas de estabilização da economia

A mix policy como uma estratégia de estabilização econômica e confiabilidade para o mercado internacional

Entidades supranacionais no comércio internacional

5 GLOBALIZAÇÃO E INTEGRAÇÃO ECONÔMICA

Conceitos e realidade sobre globalização

O que é ser global

Vantagens e desvantagens da globalização

A integração e a interdependência econômica internacional

Formação dos blocos econômicos

Etapas da formação de um bloco econômico

Os principais blocos Econômicos do mundo

O estágio atual da economia global

As perspectivas para a América Latina

6 O BRASIL E A INTEGRAÇÃO ECONÔMICA

A abertura do Brasil ao setor externo

As crises econômicas internacionais e suas consequências sobre a economia brasileira

A política econômica nacional (planos econômicos) e seus efeitos nas relações internacionais

Política externa brasileira

O Brasil, o Mercosul e globalização

O Brasil e as relações econômicas internacionais da atualidade

7 FORMAS DE INTERNACIONALIZAR AS EMPRESAS

Por que as empresas se internacionalizam

Investimento direto externo e Alianças estratégicas internacionais

As várias formas de internacionalização das empresas:

- multinacionais e transnacionais,
- Fusões,
- Aquisições,
- Joint ventures,
- filial no exterior
- Mercado de capitais
- Exportação direta e indireta
- Trading e Comerciais Exportadoras
- Franquias
- Consórcios de exportação e de importação
- Unidade fabril no exterior
- Parcerias para produção de componentes
- Fornecedores do exterior e outras formas
- Terceirização

8 ESTRATÉGIAS DE COMPETIÇÃO INTERNACIONAL

Zonas Franca

ZPE

Outras estratégias

9 RELAÇÕES INTERNACIONAIS

Conflitos internacionais e seu efeito sobre a economia

Geopolítica e interesses internacionais

Relações internacionais

10 TÓPICOS ATUAIS, NOVIDADES E TENDÊNCIAS NA ÁREA

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

KRUGMAN, Paul; OBSTFELD, Maurice. Economia internacional: teoria e política. 6.ed. São Paulo: Pearson Addison Wesley, 2005.

MAIA, Jayme de Mariz. Economia internacional e comércio exterior. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

SALVATORE, Dominick. Economia internacional. 6.ed. Rio de Janeiro: RM&L, 2000.

Bibliografia complementar:

BEHRENDTS, Frederico L. Comércio exterior. 8 ed São Paulo: IOB Thomson, 2006.

CAVES, Richard E.; FRANKEL, Jeffrey A; JONES, Ronald W. Economia internacional:

comércio e transações globais. 8. ed. São Paulo: Saraiva, 2001.

CAVUSGIL, S. T. Negócios Internacionais: estratégia, gestão e novas realidades. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

CERVO, Amado Luiz. Inserção internacional: formação dos conceitos brasileiros. São Paulo: Saraiva, 2008.

MAGNOLI, Demetrio; SERAPIÃO JÚNIOR, Carlos. Comércio Exterior e negócios internacionais: teoria e prática. 4. Ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

MAGNOLI, Demetrio. Relações internacionais: teoria e história. São Paulo: Saraiva, 2004.

OLIVEIRA, Henrique Altemani de; LESSA, Antonio Carlos. Relações internacionais do Brasil: temas e agendas. V.1 e V.2. São Paulo: Saraiva.

SARFATI, Gilberto. Teoria de relações internacionais. São Paulo: Saraiva.

SOUZA, N. A. Economia internacional contemporânea: da depressão de 1929 ao colapso financeiro de 2008. São Paulo: Atlas, 2009.

14.3 LEGISLAÇÃO ADUANEIRA

Componente Curricular: Legislação Aduaneira

Código: 60-351

Currículo 9 semestres: Específico VI **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Específico VI **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Direito / Administração

Ementa:

Comércio exterior e legislação aduaneira. Legislação aduaneira na importação e na exportação. Histórico da legislação aduaneira. Classificação fiscal de mercadorias. Encargos e Tributos Aduaneiros: fato gerador, base de cálculo e tipos de alíquotas. Despacho aduaneiro e sua formalização: documentos e formas de despacho. Regimes aduaneiros especiais e atípicos. Aspectos atuais, novidades e tendências na área.

Objetivos:

Oportunizar ao aluno conhecimentos básicos em legislação aduaneira que possibilitem a posterior aplicação na sua área de atuação. Desenvolver habilidades na aplicação da classificação fiscal de mercadorias e na formalização de despachos aduaneiros.

Conteúdo Programático:

1 INTRODUÇÃO A LEGISLAÇÃO ADUANEIRA

Competência da União

Tributos aduaneiros

Territórios aduaneiros e jurisdição aduaneira

Despachante Aduaneiro

2 CLASSIFICAÇÃO FISCAL DE MERCADORIAS

Sistema harmonizado, NBM, NCM

Regras de classificação

3 LEGISLAÇÃO ADUANEIRA NA IMPORTAÇÃO

Incidência e tipos de tributos: fato gerador, base de cálculo e alíquotas

4 LEGISLAÇÃO ADUANEIRA NA EXPORTAÇÃO

Incidência e tipos de tributos: fato gerador, base de cálculo e alíquotas

5 DESPACHO ADUANEIRO

Despacho Aduaneiro na importação

Despacho Aduaneiro na exportação

Formalização com e sem exigência tributária

6 REGIMES ADUANEIROS ESPECIAIS E ATÍPICOS

Conceito, classificação e normas gerais

Regimes na exportação e na importação

Regimes aduaneiros atípicos

7 REGIMES DE TRIBUTAÇÃO ESPECIAL E SIMPLIFICADA

8 TÓPICOS ATUAIS, NOVIDADES E TENDÊNCIAS EM LEGISLAÇÃO ADUANEIRA

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento

das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

BIZELLI, João dos Santos. Classificação fiscal de mercadorias. São Paulo: Aduaneiras, 2007.

ROCHA, Paulo Cesar Alves. Regulamento aduaneiro anotado com textos legais transcritos. 11 ed. São Paulo: Aduaneiras, 2007.

WERNECK, Paulo de Lacerda. Comércio Exterior & Despacho Aduaneiro. 4 ed. Curitiba: Juruá, 2007.

Bibliografia Complementar:

BROGINI, Gilvan Damiani. Medidas de salvaguarda e uniões aduaneiras. São Paulo: Aduaneiras, 2000.

GUIDOLIN, Benedito. Economia e comércio internacional ao alcance de todos. São Paulo: Aduaneiras, 1991.

ROCHA, Paulo César Alves. Logística e aduana. São Paulo: Aduaneira, 2001, 170p.

CARLUCI, José Lence. Uma introdução ao direito aduaneiro. São Paulo: Aduaneiras, 2001.

BALDOMIR, Sosa, Roosevelt. Glosario de aduana e comércio exterior. São Paulo: Aduaneiras, 2000.

Sites da Internet e Publicações

www.aduaneiras.com.br (Edições Aduaneiras)

www.receita.fazenda.gov.br (Secretaria da Receita Federal)

www.mdic.gov.br (Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior)

CLCE (Coletânea das Leis de Comércio Exterior)

CNVI (Consolidação das Normas vigentes para a importação)

14.4 LOGISTICA INTERNACIONAL

Componente Curricular: Logística Internacional

Código: 60.428

Currículo 9 semestres: Específico VIII **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Específico VIII **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Logística internacional: conceitos. Unitização de cargas. Modais de transporte. Características dos meios de transportes: rodoviário, ferroviário, marítimo, aéreo, fluvial. Cálculo de fretes. Documentos de embarque negociáveis e não negociáveis. Embalagens. Seguros aéreos, terrestres e marítimos. Conceitos. Tipos. Valor dos bens segurados. Sinistros. Indenização. Cálculo dos prêmios e indenização. Tópicos atuais e tendências em logística internacional.

Objetivo:

Desenvolver conhecimentos de logística e dos critérios e opções de transportes que devem ser avaliados na contratação de transportes internacionais, bem como a sistemática de seguros de mercadorias na importação ou exportação. Desenvolver a habilidade de calcular fretes, prêmios e indenizações.

Conteúdo Programático:

Logística internacional. Conceitos.

Incoterms revisão 2010.

Unitização de carga. Conceito. Vantagens. Recipientes. Pallet. Container.

Modais de transportes. Tipos. Conceitos. Fatores de escolha.

Transporte marítimo, fluvial, lacustre, rodoviário, ferroviário e aéreo. Características. Vantagens e desvantagens.

Transporte rodoviário de carga. Custos. Manutenção. Distribuição física.

Transporte intermodal e multimodal, transbordos. Conceitos.

Cálculo de fretes: conteúdos apresentados simultaneamente às modalidades de transporte correspondentes.

Documentos negociáveis, documentos não negociáveis, documentação de embarque: conteúdos apresentados simultaneamente às modalidades de transportes correspondentes.

Embalagem no transporte internacional. Classificação. Utilização. Proteção. Simbologia e identificação.

Seguro de mercadoria. Estrutura nacional. Conceitos básicos. Ramos. Coseguro, resseguro e retrocessão. Documentos. Valor dos bens segurados. Cálculo de prêmios. Avarias. Indenizações.

Seguro do transportador. Sub-ramos.

Tópicos atuais, novidades e tendências em logística internacional.

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

DAVID, Pierre A. Logística Internacional. 2 ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

LUDOVICO, Nelson. Logística de Transportes Internacionais. São Paulo: Saraiva, 2010.

KEEDI, Samir. Transportes, unitização e seguros internacionais de cargas: prática e exercícios. São Paulo: Aduaneiras, 2002.

Bibliografia Complementar:

DAVID, Pierre; STEWART, Richard. Logística internacional. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

LUDOVICO, Nelson. Logística Internacional: um enfoque em Comércio Exterior. São Paulo: Saraiva, 2007.

KEEDI, Samir. Transportes e seguros no comércio exterior. São Paulo: Aduaneiras, 2000.

PORTO, Marcos Maia; SILVA, Claudio Ferreira da. Transportes, seguros e a distribuição física internacional de mercadorias. São Paulo: Aduaneiras, 2000.

RODRIGUES, Paulo Roberto Ambrósio. Introdução aos sistemas de transporte no Brasil e a logística internacional. São Paulo: Aduaneiras, 2000.

VIEIRA, Guilherme Bargman Borges. Transporte internacional de cargas. São Paulo: Aduaneiras, 2001.

14.5 MARKETING INTERNACIONAL

Componente Curricular: Marketing Internacional

Código: 67-220

Currículo 9 semestres: Específico VII **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Específico VII **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Desenvolvimento do Mix de Marketing – enfoques internacionais. Planejamento de produtos: produtos, marcas, embalagens e serviços: preços de produtos; colocação de produtos: canais de distribuição e distribuição física: promoção de produtos. Administração do esforço de Marketing Internacional. Análise da Concorrência e estratégia de Marketing Competitivo. Planejamento, implementação e controle de programas de Marketing. Marketing Internacional. Marketing de serviços, instituições, pessoas, lugares e idéias. O Marketing e a sociedade: Responsabilidade social e ética do Marketing.

Objetivos:

Identificar, selecionar e interpretar as variáveis que propiciam a interação da empresa com o meio ambiente, desenvolvendo condições de avaliar uma função destas variáveis, na alternativa que melhor prestar-se para a tomada de decisão, com vistas à solução de problemas mercadológicos das organizações.

Propiciar aos estudantes uma visão geral sobre as peculiaridades do Marketing Internacional, enfocando as diferenças e nuances existentes entre os diversos países de modo a identificar as adaptações necessárias as estratégias mercadológicas no Comércio Internacional.

Conteúdo Programático:

1 Revisão sobre Desenvolvimento do Mix de Marketing: Enfoques Internacionais

2 Revisão sobre Planejamento de produtos: marcas, embalagens e serviços.

O que é produto?

Classificação dos produtos

Decisões sobre produtos individuais

Decisões sobre linhas de produtos

Desenvolvimento estratégico do novo produto

Estratégias de ciclo de vida do produto

3 Preços de Produtos: Considerações e Métodos para Definir Preços Internacionais

4 Colocação de Produtos: Cuidados sobre canais de distribuição e distribuição física na área internacional

5 Promoção de Produtos: Estratégias de Comunicação e de Promoção no exterior

O processo de uma comunicação eficaz no exterior

Definição do mix e do orçamento total de promoção no exterior

Propaganda no exterior

Principais decisões de propaganda no exterior

Promoção de vendas no exterior

Relações públicas no exterior

6 Administração do Esforço de Marketing Internacional

7 Análise da concorrência e estratégias de Marketing Competitivo no exterior

8 Planejamento, Implementação e Controle de Programas de Marketing no Exterior

9 Marketing de Serviços, Instituições, Pessoas, Lugares e Idéias

Marketing de serviços no exterior

Marketing de pessoas no exterior

Marketing de lugares no exterior

Marketing de idéias no exterior

10 Marketing Internacional

Avaliação do ambiente de marketing internacional

Decisão de ir para o exterior

Decisão sobre em quais mercado entrar

Decisão sobre como entrar no mercado

Decisão sobre o plano de marketing

Decisão sobre a estruturação de marketing

11 A Construção do Plano de Marketing Internacional passo a passo

12 O Marketing e a Sociedade: Responsabilidade Social e Ética do Marketing Internacional

13 Atualidades, novidades e tendências na área

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

CARNIER, Luiz Roberto. Marketing internacional para brasileiros. 3 ed Sao Paulo, Aduaneiras, 2004

KEEGAN, W.J; GREEN, M.C. Princípios de Marketing Global. São Paulo:Saraiva, 2000.

KUAZAQUI, Edmir. Marketing Internacional: como conquistar negócios em mercados internacionais. São Paulo: Makron Books do Brasil, 1999.

Bibliografia Complementar:

BEHRENDTS, Frederico. Comércio Exterior. 8 ed. São Paulo: IOB Thomson, 2006.

KUHN, Egídio. Comércio exterior como perspectiva de desenvolvimento da pequena e média indústria regional: marketing internacional como guia estratégico. Ijuí, Mestrado em Desenvolvimento, 2004 (Dissertação de Mestrado Unijuí).

KEEGAN, W.J. Marketing para o século XXI. 10 ed. São Paulo: Futura, 2001.

KOTABE, Masaaki; HELSEN, Kristiaan. Administração de Marketing Global. São Paulo: Atlas, 2000.

NOSÉ JUNIOR, Amadeu. Marketing internacional: uma estratégia empresarial. São Paulo, SP: Pioneira Thomson Learning, 2005.

SINA, Amalia. Marketing Global: soluções estratégicas para o mercado brasileiro. São Paulo: Saraiva, 2008.

14.6 SISTEMÁTICA DE EXPORTAÇÃO

Componente Curricular: Sistemática de Exportação

Código: 60-344

Currículo 9 semestres: Específico I **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Específico I **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração/Economia Administração

Ementa:

Internacionalização da empresa e formas de acesso aos mercados internacionais. Modalidades de pagamentos internacionais. Incentivos fiscais e financeiros. Procedimentos operacionais e administrativos na exportação. Termos Internacionais (Incoterms). Custos e Formação do preço de exportação. Emissão e análise de documentos. Siscomex de exportação. Noções básicas de regimes aduaneiros.

Objetivos:

Desenvolver conhecimentos teórico-práticos da área de comércio exterior que propiciem aos alunos condições de estruturarem os processos relativos à exportação. Apresentar os mecanismos de política comercial e as normas de exportação.

Conteúdos programáticos:

A internacionalização da empresa e as formas de acesso aos mercados internacionais. Participação em feiras no exterior.

Estrutura de comércio exterior nas empresas. Gerenciamento e administração dos processos de exportação.

Roteiro básico de exportação. Fluxograma de exportação. Siscomex Exportação.

Procedimentos operacionais e administrativos. Documentos necessário para exportar: emissão e análise.

Logística na exportação. Termos de comércio internacional (Incoterms). Unitização de Cargas
Noções de câmbio.

Modalidades de pagamentos internacionais.

Despacho e desembaraço aduaneiro de exportação.

Noções básicas de regimes aduaneiros.

Incentivos fiscais e financeiros à exportação.

Custos e formação do preço de exportação.

Situação atual das exportações e o comércio exterior brasileiro

Tópicos atuais, novidades e tendências em exportação

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia básica:

BEHRENDTS, Frederico L. Comércio exterior. 8 ed. São Paulo: IOB Thomson, 2006.

CASTRO, José Augusto de. Exportação: aspectos práticos e operacionais. 6 ed. São Paulo Aduaneiras, 2005.

GARCIA, Luiz Martins. Exportar: rotinas e procedimentos, incentivos e formação de preços. 8 ed. São Paulo: Aduaneiras, 2005.

Bibliografia Complementar:

ASHIKAGA, Carlos Eduardo Garcia. Análise da tributação na importação e na exportação. 3 ed. São Paulo: Lex Editora, 2006.

CAVUSGIL, S. T. Negócios Internacionais: estratégia, gestão e novas realidades. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

FORNER, Claudio. Exportação: novos horizontes e novos negócios. Porto Alegre: Sebrae/RS, 2004.

MINERVINI, Nicola. O exportador. 4 ed. São Paulo: Makron Books, 2005.

OLIVEIRA, Jayr Feguedo de (Org.). Administração no contexto internacional: cenários e desafios. São Paulo: Saraiva, 2007.

VAZQUEZ, José Lopes. Comércio exterior brasileiro. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

14.7 SISTEMÁTICA DE IMPORTAÇÃO

Componente Curricular: Sistemática de Importação

Código: 60-345

Currículo 9 semestres: Específico II **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Específico II **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Normas administrativas da importação. Análise e emissão de documentos. Modalidades de pagamentos na importação. Financiamento às importações. Política fiscal de importação. Cálculo dos custos de uma importação. Siscomex na importação. Análise de mercados para importação.

Objetivos:

Desenvolver conhecimentos teórico-práticos da área de comércio exterior que propiciem aos alunos condições de estruturarem os processos relativos à importação. Apresentar os mecanismos da política comercial e as normas de importação.

Conteúdo Programático:

Revisão de conceitos: Incoterms

Normas administrativas da importação. Registro do Importador. Procedimentos administrativos.

Roteiro básico de importação. Importação passo-a passo.

Fluxograma de importação

Documentos necessários para importação: elaboração e análise.

Siscomex Importação.

Política fiscal de importação: Imposto de Importação (incidência, base de cálculo); Tarifa Externa Comum; IPI; ICMS; reduções e isenções de II e IPI; reduções de alíquotas decorrentes de acordos internacionais; Aladi; Mercosul; OMC; taxas de armazenagem e capatazia. Taxas e fretes: adicional de frete para renovação da Marinha Mercante; adicional

de tarifa portuária.

Cálculo dos custos de uma importação

Drawback

Modalidades de pagamento na importação

Financiamento às importações

Análise de mercados para importação

As importações do Brasil e o comércio exterior na atualidade e tendências

Aspectos atuais, novidades e tendências em importação

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

BEHRENDTS, Frederico L. Comércio exterior. 8 ed. São Paulo: IOB Thomson, 2006.

BIZELLI, João dos Santos. Importação: sistemática administrativa, cambial e fiscal. São Paulo: Aduaneiras, 2006.

VAZQUEZ, José Lopes. Comércio exterior brasileiro. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

Bibliografia Complementar:

ASHIKAGA, Carlos Eduardo Garcia. Análise da tributação na importação e na exportação. 3

ed. São Paulo: Lex Editora, 2006.

SOUSA, José Meireles de. Gestão de comércio exterior: importação/exportação. São Paulo: Saraiva, 2010.

SEGRE, German (Org.). Manual prático de comércio exterior. São Paulo: Atlas, 2006.

SOUZA, Cláudio Luiz Gonçalves de. Roteiro prático de exportação e importação: modelos práticos e operacionais. 2003.

VIEIRA, Aquiles. Importação: práticas, rotinas e procedimentos. São Paulo: Aduaneiras, 2006.

14.8 TÉCNICAS DE NEGOCIAÇÃO INTERNACIONAL

Componente Curricular: Técnicas de Negociação Internacional

Código: 60-355

Currículo 9 semestres: Específico IV **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Específico IV **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração /Administração

Ementa:

Teoria geral da negociação: elementos constitutivos, princípios e tipologias. Estrutura das negociações. O processo e as técnicas de negociação internacional: atores e fatores condicionantes. Aspectos psicológicos que envolvem a negociação. Estratégias e táticas nas negociações internacionais. Os fatores culturais que envolvem o ambiente de negociação internacional. Negociando com potenciais parceiros e clientes internacionais. A ética nas negociações internacionais.

Objetivo:

Fornecer uma visão de conjunto dos procedimentos, das competências e das técnicas individuais de negociação internacional capacitando o acadêmico para a concretização dos planejamentos estratégicos de marketing internacional de uma organização.

Conteúdo Programático:

1 Teoria Geral da Negociação

Elementos constitutivos

Princípios

Tipos de negociação

Modelos interpretativos

O papel da comunicação na negociação

A Zopa

Conflito, interesses diferentes e comuns, interlocutor, negociação, acordo, resultado

2 Estrutura e Processo das Negociações Internacionais

Estrutura

Movimentos e etapas no processo

Atores e fatores condicionantes

3 Aspectos Psicológicos nas Negociações

Nível racional nas negociações

Nível emocional-afetivo nas negociações

4 Estratégias e Táticas

Força e fraqueza no processo de negociação

Construção da estratégia

Táticas e manobras

O papel da persuasão e de outras estratégias

5 Fatores Culturais que Envolvem as Negociações Internacionais

Principais diferenças no mundo

Diferenças culturais determinantes na negociação

Adaptar o jeito de negociar levando em conta com que irá negociar no exterior

6 Potenciais Parceiros e Clientes Internacionais

Perfil do negociador

Capacidade negociadora diante das diferenças culturais

A ética nas negociações internacionais

7 Aspectos Atuais, Novidades e Tendências em Negociação

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura

compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

LIMA NETTO, R. Habilidade do rei: você também pode ser um bom negociador. Rio de Janeiro, Ediouro, 2005.

MARTINELLI, D. P.; VENTURA, C. A. A.; MACHADO, J. R. Negociação internacional. São Paulo, Atlas, 2008.

URY, W. Supere o não negociando com pessoas difíceis. São Paulo: Best Seller, 2001.

Bibliografia Complementar:

ANDRADE, R. O. B. et al. Princípios da negociação. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

ANDRADE, Rui Otávio Bernardes de; ALYRIO, Rovigati Danilo; VILAS BOAS, Ana Alice. Cultura e ética na negociação internacional. São Paulo: Atlas, 2006.

DOURADO FILHO, Fernando. Ao redor do mundo: convivência e negociação com culturas estrangeiras para brasileiros. [s.l.]: abdr, 2000

FERREIRA, Gonzaga. Negociação: como usar a Inteligência e a racionalidade. São Paulo: Atlas, 2008.

MACHADO, Alfredo José; VENTURA, Carla A. A.; MACHADO, Juliano R. Negociação: conceito e aplicações práticas. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

14.9 TEORIA E PRÁTICA CAMBIAL

Componente Curricular: Teoria e Prática Cambial

Código: 67.174

Currículo 9 semestres: Específico V **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Específico V **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Economia / Administração

Ementa:

Introdução ao estudo de câmbio. Mercado de câmbio e política cambial. Estrutura e funcionamento do mercado de câmbio. Formação das taxas de câmbio. Modalidades de pagamento no comércio internacional. Câmbio na exportação. Financiamentos. Câmbio na importação. Contratação, alteração e liquidação de contratos de câmbio. Operações de câmbio em moeda convênio. Compra e venda de moeda estrangeira. Câmbio financeiro. Câmbio fixo ou flutuante. Atualidades e tendências do câmbio no Brasil e no mundo.

Objetivo:

Apresentar aos alunos os conhecimentos teóricos e práticos sobre o mercado de câmbio do Brasil. Capacitar os alunos na realização de operações de câmbio no amparo da legislação vigente.

Conteúdo Programático:

1 Introdução ao Estudo do Câmbio

Noções Gerais. Moedas conversíveis e inconvertíveis

2 Mercado de Câmbio e a Política Cambial

Características do mercado de câmbio

Política cambial do Brasil

Instituições autorizadas a operar no mercado de câmbio

3 Estrutura e Funcionamento do Mercado de Câmbio no Brasil

Órgãos controladores e/ou vinculados ao câmbio no Brasil (CMN, Banco Central, SECEX, MDIC, Receita Federal, Sociedades Corretoras de Câmbio). Sisbacen
RMCCI – Regulamento Mercado de Câmbio e Capitais Internacionais

Divisões do mercado de câmbio

Posição dos bancos

Formação da taxa de câmbio

Contratos de Câmbio

4 Modalidades de Pagamento

Formas de transferência de moeda para o exterior.

Modalidades de Pagamento (Pagamento Antecipado, Remessas, Cobranças e Cartas de Crédito)

Stand By Letter of Credit

5 Câmbio na Exportação

Contratação, alteração, cancelamento e liquidação dos contratos de câmbio

Adiantamento sobre Contrato de Câmbio (ACC)

Adiantamento sobre Cambiais Entregues (ACE)

Trava de câmbio

Câmbio Simplificado

6 Câmbio na Importação

Disposições Gerais: prazos, condições, documentação

Contratação, alteração, liquidação dos contratos de câmbio

7 Operação de Câmbio em Moeda – Convênio

Compra e venda de moeda estrangeira

Acordos bilaterais

Convênio de Crédito Recíproco (CCR)

Sistema de Pagamentos em Moeda Local (SML)

8 Câmbio Fixo ou Flutuante

Operações neste mercado

Funcionamento e tributação

Câmbio fixo versus câmbio flutuante

9 Câmbio Financeiro

Ingresso de capital

Certificado de registro no Banco Central do Brasil e esquema de pagamento

Remessa do principal dos juros

Impostos de Renda: incidência e forma de cálculo

10 Atualidades, novidades e tendências do Câmbio no Brasil e no Mundo

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

LUNARDI, Ângelo Luiz. Operações de câmbio e pagamentos internacionais no comércio exterior. São Paulo: Aduaneiras, 2000.

RATTI, Bruno. Comércio internacional e câmbio. 10 ed. São Paulo: Aduaneiras, 2001.

VIEIRA, A. Teoria e prática cambial. 3 ed. São Paulo: Aduaneiras, 2009.

Bibliografia Complementar

AMARAL, Antonio Carlos Oliveira do. Política cambial. Efeitos na balança comercial. São Paulo: Aduaneiras, 2001.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. Regulamento do Mercado de Câmbio e Capitais Internacionais - RMCCI. Disponível em: <http://www.bcb.gov.br/rex/rmcci/Port/rmcci.asp>.

DEL CARPIO. Rômulo Francisco Vera. Carta de Crédito e UCP 500: comentada. São Paulo: Aduaneiras, 2005.

GONÇALEZ, Orivaldo. Câmbio: exportações e importações – fundamentação teórica e rotina bancária. 4 ed. São Paulo, Aduaneiras, 1997.

RATTI, Bruno. Vade-mecum de comércio internacional e câmbio. 2 ed. São Paulo: Aduaneiras, 2003.

VITA, Jonathan Barros. Tributação do câmbio. São Paulo: Quartier Latin, 2008.

Sites da Internet, Revistas e Periódicos

www.bacen.gov.br – Banco Central do Brasil (RMCCI)

www.bb.com.br – Banco do Brasil

www.receita.fazenda.gov.br – Receita Federal

www.mdic.gov.br – Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior

15 COMPONENTES CURRICULARES ESPECÍFICOS DE LINHA DE FORMAÇÃO EM TURISMO

Esta seção contém os componentes curriculares específicos de linha de formação em Turismo. Os componentes curriculares estão em ordem alfabética. Para consultar utilize o Sumário.

15.1 ADMINISTRAÇÃO HOTELEIRA

Componente Curricular: Administração Hoteleira

Código: 60.392

Currículo 9 semestres: Específico VIII **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Específico VIII **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Origem, conceitos e tipos de hotéis. Gestão, departamentos e formas de organização nesta área. Meios de hospedagem. Perspectivas e tendências em hotelaria.

Objetivos:

Qualificar e preparar os estudantes para desenvolver atividades profissionais nas áreas administrativas e operacionais de empreendimentos hoteleiros, da sua capacidade de produção até o estabelecimento do projeto de trabalho e sua execução.

Conteúdo Programático:

1 Noções Introdutórias

Introdução a hotelaria

Conceitos, tipos de hotéis e classificação

2 O Hotel

Setor de Hospedagem

Setor de Governança e Lavanderia

Setor de Alimentos / Bebidas e Eventos

Setor de Recursos Humanos

Setor de Manutenção e Segurança no trabalho

3 Gestão Hoteleira

Custos e controles na hotelaria

Qualidade no atendimento
Hotelaria e meio ambiente
Hotelaria e lazer.

4 Tópicos atuais, novidades e tendências sobre o tema

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

CASTELLI, Geraldo. Administração Hoteleira. Caxias do Sul: 9 edic. EDUCS, 2001.
POWERS, Tom. Administração no setor de hospitalidade – turismo, hotelaria e restaurante. São Paulo: Atlas, 2004.
VIEIRA, Elenara Vieira de. Qualidade nos Serviços Hoteleiros. Caxias do Sul: EDUCS, 2004.

Bibliografia Complementar:

CÂNIDO, Índio. Controles na Hotelaria. Caxias do Sul: EDUCS, 2003.
KANAANE, Roberto, et al. Ética em turismo e hotelaria. São Paulo: Atlas, 2006.
DAVIES, Carlos Alberto. Cargos em Hotelaria. Caxias do Sul: EDUCS, 2001.

TARABOULSI, Fadi Antoine. Administração de hotelaria hospitalar: serviços aos clientes, humanização do atendimento, departamentalização, gerenciamento, saúde e turismo, hospitalidade, tecnologia de informação, psicologia hospitalar. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

GUARDANI, Fátima. Gestão de marketing em hotelaria. São Paulo: Atlas, 2009.

POZO, Hamilton. Gestão de materiais e logística em turismo: enfoque voltado para as micro, pequenas e médias empresas. São Paulo: Atlas, 2009.

15.2 GEOGRAFIA DO TURISMO

Componente Curricular: Geografia do Turismo

Código: 70-114

Currículo 9 semestres: Específico V **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Específico V **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Humanas

Área de conhecimento/aplicação: Geografia /Administração

Ementa:

Análise das implicações sócio-espaciais impostas pelo desenvolvimento das atividades turísticas.

Objetivos:

Entender o turismo como importante fator de mudanças e de transformação da paisagem. Analisar o significado das contribuições do turismo para o desenvolvimento e a integração regional.

Conteúdo Programático:

Impacto do Turismo

Turismo e desenvolvimento

Turismo e Integração Regional

Turismo e Patrimônio

Planejamento Integrado do Turismo

Cartografia do Turismo

Tópicos atuais, novidades e tendências sobre o tema

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a

boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

CRUZ, Rita De Cássia Ariza da. Introdução à Geografia do Turismo. 2.ed. São Paulo: Roca, 2003

PEARCE, Douglas. Geografia do turismo. São Paulo: Aleph Editora, 2003.

TELES, Reinaldo Miranda de Sá. Fundamentos geográficos do turismo. Rio de Janeiro: Câmpus, 2009.

Bibliografia Complementar:

BOITEUX, Bayard do Coutto. Introdução ao estudo do turismo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

CRUZ, Rita De Cássia Ariza da. Geografias do turismo de lugares a pseudo-lugares. São Paulo: Roca, 2007

RODRIGUES, Adyr Balastrieri. Turismo e espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar. São Paulo: Editora HUCITEC, 1997.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godói. Turismo e qualidade tendências contemporâneas. Câmpusnas: Papyrus, 1999.

15.3 GESTÃO DE AGÊNCIA DE VIAGEM E TURISMO

Componente Curricular: Gestão de Agências de Viagem e Turismo

Código: 60-330

Currículo 9 semestres: Específico I **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Específico I **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Administração de empresas prestadoras de serviços na área de turismo. Legislação e atividades das empresas prestadoras de serviços. Agência de viagens e turismo. Agências operadoras de turismo. Empresas transportadoras turísticas. Marketing para agências e transportadoras.

Objetivos:

Propiciar aos alunos o estudo da relação existente entre transporte e desenvolvimento turístico, através da análise dos quatro principais meios de transporte utilizados, identificando novas tendências dos transportes.

Conteúdo Programático:

1. Legislação específica na área de agências e transportadoras

2. Estrutura Organizacional de uma agência de viagens

A Agência de viagens

3. Serviços na área de agenciamento

Aviação civil, voos charters

Pacotes turísticos aéreos

Pacotes turísticos rodoviários

Elaboração de roteiros

4. Estrutura Organizacional de uma Transportadora Turística

Os serviços de uma transportadora turística

A viagem rodoviária

5. Procedimentos Operacionais

Termos Técnicos utilizados no cotidiano turístico

Códigos utilizados nos diversos segmentos turísticos

Comissionamento

6. O Marketing na área de agenciamento e transportes

7. Tópicos atuais, novidades e tendências sobre o tema

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

BENI, Mário Carlos. Análise estrutural do turismo. 12 ed. São Paulo: Ed. SENAC, 2007.

PETROCCHI, Mario; BONA, André. Agência de turismo: planejamento e gestão. 4.ed.São Paulo: Saraiva.

TOMELIN, Carlos Alberto. Mercado de agências de viagens e turismo. São Paulo: Aleph, 2001.

Bibliografia Complementar:

MCINTOSH, Robert W. Turismo princípios, práticas e filosofias. Porto Alegre: Bookman, 2002.

O'CONNOR, Peter. Distribuição da informação eletrônica em turismo e Hotelaria. Porto Alegre: Bookman, 2001.

PAGE, Stephen. Transporte e turismo. Porto Alegre: Bookman, 2001.

PETROCCHI, Mário. Turismo: planejamento e gestão. 2. ed. São Paulo: Pearson, 2009.

POZO, Hamilton. Gestão de materiais e logística em turismo: enfoque voltado para as micro, pequenas e médias empresas. São Paulo: Atlas, 2009.

15.4 HISTÓRIA REGIONAL BRASILEIRA

Componente Curricular: História Regional Brasileira

Código:70-10

Currículo 9 semestres: Específico II **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Específico II **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Humanas

Área de conhecimento/aplicação: História /Administração

Ementa:

Análise da formação histórica do Brasil, relacionando sua evolução às especificidades e potencialidades regionais nos aspectos históricos e turísticos.

Objetivos:

Compreender a importância do conhecimento da História do Brasil em relação à representatividade do patrimônio histórico nacional.

Conteúdo Programático:

1. O processo evolutivo da administração brasileira como fator gerador de diversidades regionais no Brasil.

2. Historicidade do processo de ocupação e formação do espaço brasileiro e sua relação com a pluralidade regional do Brasil atual.

3. A diversidade cultural na formação social brasileira e os “Regionalismos” no Brasil.

4. Elementos Históricos marcantes em cada região do Brasil, relacionados ao potencial turístico regional: patrimônio histórico, episódios

5 Relações étnico-raciais e história e cultura afro-brasileira e africana

A questão étnico racial e a história e a cultura africana e afro-brasileira

Resolução CNE/CP N° 01 de 17 de junho de 2004

A questão étnica brasileira, a descendência e a questão multiracial brasileira

6. Tópicos atuais, novidades e tendências sobre o tema

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

MAGNOLI, Demétrio. Regina Araújo. Geografia Geral e do Brasil: paisagem e território. 2º ed., São Paulo: Moderna, 1997.

MOREIRA, Igor. O Espaço Geográfico: Geografia Geral e do Brasil. São Paulo: Ática, 1998.

PILETTI, Nelson. História do Brasil. São Paulo: Ática, 1998.

Bibliografia Complementar:

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. Introdução à Geografia do Turismo. São Paulo: Roca, 2001.

DELLA MONICA, Laura. Turismo e Folclore: um binômio a ser cultuado. São Paulo: Global, 1999.

INSTITUTO HERÁCLITO. Atlas de desenvolvimento turístico. Chapecó, Palotti, 2009.

RIBEIRO, Darcy. A Urbanização Brasileira. São Paulo: Hucitec, 1993.

FAUSTO, Boris. História do Brasil. 7ed., São Paulo: USP, 1999.

15.5 LAZER E RECREAÇÃO NO TURISMO A

Componente Curricular: Lazer e Recreação no Turismo A

Código: 60.429

Currículo 9 semestres: Específico IV **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Específico IV **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Humanas

Área de conhecimento/aplicação: Educação Física /Administração

Ementa:

Análise do lazer como necessidade fundamental para a sobrevivência do “Humano no Homem” bem como campo de formação e integração profissional.

Objetivos:

Entender o lazer como importante fator de desenvolvimento pessoal, cultural e social. Caracterizar o lazer como fundamento básico para a recreação no turismo.

Conteúdo Programático:

1. O lazer no decorrer da História.

2. Tempo livre, ócio, turismo, recreação e lazer.

3. As funções do lazer

O lazer e o descanso físico e mental.

O lazer e a evasão.

O lazer e o entretenimento

O lazer como forma de desenvolvimento da personalidade e da Sociabilidade.

O lazer como objetivo da educação.

O lazer como veículo de educação.

4 - Tipologia do lazer.

Atividades físicas.

Atividades práticas ou manuais.

Atividades sociais.

Atividades artísticas.

Atividades intelectuais.

5 - O Lazer como forma de fuga, alienação e consumo. O Lazer como algo prazeroso

6 - Tópicos atuais, novidades e tendências sobre o tema

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

MARCELLINO, Nelson C. Lazer e turismo e humanização. 2ªed., Câmpusnas: Papyrus, 1995.

Coleção Fazer e Lazer.

_____, Lazer e educação. 3ª ed. Câmpus: Papyrus, 1995.

ROLIM, Liz C. Educação e lazer: a aprendizagem permanente. São Paulo: Ática, 1989.

Bibliografia Complementar:

BOITEUX, Bayard do Coutto. Introdução ao estudo do turismo. Rio de Janeiro: Elsevier,

2009.

BRUHNS, Heloisa Turini. A busca pela natureza: turismo e aventura. Barueri, SP: Manole, 2009.

DAMIANI, Amélia Luisa. Turismo e lazer em espaços urbanos. In.: FRITZEN, Silvino José. Dinâmicas de recreação e jogos. 12. ed. Petrópolis: Vozes, 1994.

GUERRA, Marlene. Recreação e lazer. Porto Alegre: Sagra, 1993.

MIRANDA, Nicanor. Organização das atividades da recreação. Belo Horizonte: Italiaia, 1984.

15.6 ORGANIZAÇÃO E SERVIÇOS EM ALIMENTOS E BEBIDAS

Componente Curricular: Organização e Serviços em Alimentos e Bebidas

Código: 60-393

Currículo 9 semestres: Específico IX **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Específico IX **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Origem dos bares, restaurantes e cozinhas, sua tipologia, classificação. Formas de organização, seus cargos e atribuições. Regras de serviço no setor. Relevância para o turismo. Formas de administração e gerenciamento. Perspectivas e tendências para o setor.

Objetivos:

Qualificar e preparar os acadêmicos para desenvolver atividades profissionais nas áreas administrativas e operacionais dos empreendimentos no setor de alimentos e bebidas.

Conteúdo Programático:

1 Bar

Histórico, conceito e tipologia

Mise en place do bar

Equipamentos, móveis e utensílios

Receita Padrão e Ficha de Custo

Elaboração de Carta de Bebidas

Regras de Serviços aplicadas no bar

Conduta Profissional e Higiene Pessoal

Enologia e Coquetelaria

2 Restaurante

Histórico, Conceito e Tipologia

Mise en Place do Restaurante

Layout de Restaurantes
Brigada de Serviços
Modalidades de Serviços
Elaboração de Cardápios
Responsabilidades e atribuições
Atendimento com qualidade

3 Cozinha

Histórico, Conceito
Culinária Internacional, Nacional e Regional
Lay Out de Cozinha
Brigada de Serviços
Contaminação nos Alimentos e Higiene Pessoal
Prevenção de acidentes
Ficha de Custo e Receita Padrão

4. Tópicos atuais, novidades e tendências sobre o tema

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

DAVIES, Carlos Alberto. Alimentos e Bebidas. 2º ed. Caxias do Sul: EDUCS, 2001.

MARICATO, Percival. Como Montar e Administrar Bares e Restaurantes. 5º ed. Rio de Janeiro: SENAC São Paulo, 2004

NINEMEIER, Jack D. Controles para Alimentos e Bebidas. São Paulo: Instituto de Hospitalidade, 2000

Bibliografia Complementar:

ARRUDA, Gillian Alonso. Manual de Boas Práticas. 2º ed. São Paulo: Ponto Crítico, 1997.

MARICATTO, Percival. Manual de Serviço do Garçom. 4º ed. São Paulo: SENAC, 2002.

PACHECO, Aristides de Oliveira. Manual de Bar. 2º ed. São Paulo: SENAC, 2000.

SARDENBERG, Carlos Alberto; MACHADO, Renato. O assunto é vinho.

ZANELLA, Luiz Carlos. Contabilidade para Hotéis e Restaurantes. Caxias do Sul: EDUCS, 2002.

15.7 PLANEJAMENTO, ORGANIZAÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE EVENTOS

Componente Curricular: Planejamento, Organização e Comercialização de Eventos

Código: 60-331

Currículo 9 semestres: Específico VI **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Específico VI **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Administração de empresas organizadoras de eventos turísticos. A tipologia dos eventos. Estrutura organizacional e objetivos da empresa. Segmentação de Mercado. A captação de eventos. A criação de eventos. A estrutura organizacional de um evento. Calendário de eventos. Marketing na área de organização de eventos.

Objetivos:

Conhecer e entender os eventos como um processo social. Aprender a organizar eventos de diferentes tamanhos, segmentos e públicos. Relacionar e compreender o papel dos eventos no fomento turístico das localidades.

Conteúdo Programático:

1. A Empresa organizadora de eventos

Estrutura organizacional:

Objetivos

Público alvo

Segmentação de mercado

2. Caracterização e tipologia dos eventos

3. Objetivos, porte dos eventos

4. Perfil dos participantes, público alvo

5. Estrutura organizacional de um evento

6. O Processo de captação de eventos

A busca de parcerias

7. A criação de eventos

8. Eventos turísticos:

Feiras

9. Calendário turístico

10. Tópicos Atuais, Novidades e Tendências na Área

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

CESCA, Cleuza G. Gimenes. Organização de eventos: manual para planejamento e execução

. 9 ed. rev. e atual. São Paulo: Summus, 2008.

MATIAS, Marlene. Organização de eventos: procedimentos e técnicas . 4 ed. atual. São Paulo: Manole, 2007.

MELO NETO, Francisco Paulo. Criatividade em eventos. São Paulo: Contexto, 2000.

Bibliografia Complementar:

MARTIN, Vanessa. Manual prático de eventos. São Paulo: Atlas, 2008.

NAKANE, Andréa. Técnicas de Organização de eventos. Rio de Janeiro: InfoBook, 2000.

POIT, Davi Rodrigues. Organização de eventos esportivos. 4. ed. São Paulo, SP: Phorte, 2009.

VINADÉ, Gelson. Planejamento e organização de eventos ao alcance de todos. Porto Alegre : O Autor, 1996.

ZANELLA, Luiz Carlos. Manual de organização de eventos. São Paulo: Atlas, 2011.

15.8 PLANEJAMENTO E ORGANIZAÇÃO DO TURISMO

Componente Curricular: Planejamento e Organização do Turismo

Código: 60.430

Currículo 9 semestres: Específico III **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Específico III **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Teorias de planejamento. Planejamento estratégico e aplicação no Turismo com vistas ao desenvolvimento integrado. Metodologia de planejamento turístico. Inventário da oferta e estudo da demanda. Planejamento participativo e sua metodologia. Fases de elaboração de um plano de desenvolvimento turístico em cidades turísticas. Análises e avaliação do mercado. Diagnósticos, prognóstico para o desenvolvimento turístico de uma cidade. Elaboração de Roteiros Turísticos. Marcas e Slogans. Aspectos atuais e tendências em planejamento e organização do turismo.

Objetivo:

Compreender a importância do planejamento para a atividade turística.

Conteúdo Programático:

Teorias de Planejamento

Planejamento e sua aplicação no turismo

Inventário da Oferta

Elaboração de um plano de desenvolvimento turístico

Técnicas de Elaboração de Roteiros

Definição de Marcas e Slogans

Aspectos atuais e tendências em planejamento e organização do turismo.

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a

diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

BENI, Mario Carlos. Política e planejamento do turismo no Brasil. São Paulo: Aleph, 2006.

HILL, C. Michael. Planejamento turístico. Contexto: São Paulo, 2001.

PETROCCHI, Mario. Gestão de pólos turísticos. São Paulo: Futura. 2002.

Bibliografia Complementar:

BISSOLI, Maria Ângela Marques Ambrizi. Planejamento turístico municipal. São Paulo: Futura, 2000.

OMT, Desenvolvimento sustentável do turismo: uma compilação de boas práticas. São Paulo: Roca, 2005.

DRUMMOND Siobhan et all. Questões de qualidade nas atrações de visitação. São Paulo: Roca, 2004.

RUSCHMANN, Doris. Turismo e Planejamento Sustentável. São Paulo: Papirus. 2010.

RUSCHMANN, Doris (Org.). Planejamento turístico. São Paulo: Manole, 2006.

15.9 TURISMO E MEIO AMBIENTE

Componente Curricular: Turismo e Meio Ambiente

Código: 60.431

Currículo 9 semestres: Específico VII **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Específico VII **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Análise do turismo como alternativa para o desenvolvimento econômico dos lugares através da revalorização, regaste e gestão ambiental do Patrimônio.

Objetivos:

Analisar a contribuição do planejamento e gestão ambiental para a economia, o ambiente, a preservação do Patrimônio e o desenvolvimento do Turismo sustentável.
Entender o Turismo como importante atividade econômica que pode contribuir para a conservação como também para a degradação do ambiente.

Conteúdo Programático:

Impactos sócios-ambientais do turismo.

Planejamento e gestão do turismo

Políticas de planejamento ambiental do turismo no Brasil.

Patrimônio Natural como Potencialidade para o desenvolvimento do Turismo.

Ecoturismo.

Turismo em áreas protegidas.

Aspectos atuais e tendências em turismo e meio ambiente.

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos

futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

LINDBERG, Krge; EHAWKINS, Donald. Ecoturismo: um guia para planejamento e gestão. Tradução de Leila Cristina de Darin. São Paulo: SENAC, 1995.

PELLEGRINI, FILHO, Américo. Ecologia, cultura e turismo. Câmpusnas: Papyrus, 2001.

RUSCHMANN, Doris. Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente. Câmpusnas, SP: Papyrus, 2010.

Bibliografia Complementar:

BRUHNS, Heloisa Turini. A busca pela natureza: turismo e aventura. Barueri, SP: Manole, 2009.

DIAS, Reinaldo. Turismo sustentável e meio ambiente. São Paulo: Atlas, 2003.

FERRETI, Eliane Regina. Turismo e meio ambiente: uma abordagem integrada. São Paulo: Roca, 2002.

GOIDANICH, Kavinl; E MOLETTA, Vania F. Ecoturismo. Porto Alegre: SEBRAE/RS. 1998.

16 COMPONENTES CURRICULARES ESPECÍFICOS DE LINHA DE FORMAÇÃO EM AGRONEGÓCIOS

Esta seção contém os componentes curriculares específicos de linha de formação em Agronegócio. Os componentes curriculares estão em ordem alfabética. Para consultar utilize o Sumário.

16.1 ADMINISTRAÇÃO E PLANEJAMENTO RURAL

Componente Curricular: Administração e Planejamento Rural

Código: 60.438

Currículo 9 semestres: Específico V **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Específico V **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Estudo dos conceitos e processos administrativos aplicados à unidade de produção agrícola, registros contábeis e avaliação de projetos agropecuários. Atualidades sobre a gestão e o planejamento rural. Tendências na área.

Objetivo:

Conhecer os condicionantes da gestão de uma unidade de produção agrícola, interpretando os registros contábeis no sentido de planejamento das ações a partir de um processo racional de tomada de decisão.

Analisar a eficácia administrativa na abordagem sistêmica, onde o critério fundamental é o objetivo do gestor-produtor rural.

Planejar o funcionamento ótimo de uma unidade de produção agrícola a partir de sua condição real (ambiente que a envolve, recursos que dispõe, atividades que desempenha, objetivos/metapropostas).

Conteúdo Programático:

1 Histórico e conceitos básicos.

Empresa Rural e seu campo de atuação.

Áreas e Níveis Empresariais.

Os processos de decisão nas unidades de produção agrícola.

O Contexto da Empresa Rural.

Planejamento.

Organização.

Direção.

Controle.

A tecnologia da Informação na Agricultura.

Conceituação sistêmica de administração.

2 Noções de contabilidade rural.

Importância e forma de registro contábeis em empresas agrícolas.

Formas de registro adequadas ao uso do produtor.

Fatores que afetam o desempenho econômico da unidade de produção.

Indicadores do desempenho - métodos e cálculo.

3 Gestão dos sistemas de produção.

Tipos de unidades de produção segundo a racionalidade.

Análise dos fatores de produção

Análise das atividades desenvolvidas.

Definição de objetivos e metas.

Esboço das combinações possíveis.

4 Modalidades de trabalho em Administração rural.

Capacitação de agricultores e técnicos

Planejamento de um sistema de produção.

5 Projetos agropecuários.

Elaboração de projetos

Tomada de decisão sobre investimento, risco e incertezas.

6 Atualidades e tendências

Atualidades sobre a gestão e o planejamento rural.

Tendências em gestão e planejamento rural

Realidade e projeções da agricultura

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do

conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

- ANTUNES, L. M.; ENGEL, A.. Manual de Administração Rural: Custos de Produção. 3 ed. Guaíba: Agropecuária, 1999.
- HOFFMANN, R. Administração da empresa agrícola.. São Paulo: Pioneira, 1992.
- SILVA, Roni Antonio Garcia da. Administração rural: teoria e prática. 2. ed. Curitiba, PR: Juruá, 2009

Bibliografia Complementar:

- ADANT, P. Formação de pequenos e médios produtores para gerência de empresas agrícolas. Brasília: EMATER, 1987.
- ANTUNES, L. M. Gerência agropecuária: análise de resultados. Guaíba: Agropecuária, 1998.
- CONTINI, E.; ARAÚJO, J. D.; OLIVEIRA, A J.; GARRIDO, W. E. Planejamento da propriedade agrícola-modelo de decisão. Brasília: EMBRAPA, 1986.
- COSTA, A. J. O. O poder da agricultura empresarial. São Paulo: Saraiva.

16.2 ANÁLISE DE CADEIAS AGROINDÚSTRIAS

Componente Curricular: Análise de Cadeias Agroindustriais

Código: 60.452

Currículo 9 semestres: Específico I **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Específico I **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Economia / Administração

Ementa:

Ligações e setores chaves nas cadeias agroindustriais (Brasil e demais países do MERCOSUL). Multiplicadores setoriais. Os SAGs (Sistemas Agroindustriais). As cadeias agroindustriais e do agronegócio. O “antes, o dentro e o depois da porteira”. Impactos intersetoriais diretos e indiretos do comércio nacional e internacional no Agronegócio. Capacidade de agregação de valor na cadeia. Situação regional de agregação de valor. Técnicas econômicas para análise do resultado da cadeia agroindustrial. Aspectos atuais e tendências em análise de cadeias agroindustriais.

Objetivo:

Conhecer e estudar os agentes participantes de cadeias Agroindustriais e suas relações e impactos no Agronegócio.

Conteúdo Programático:

1. Conceitos Gerais

O conceito e a sua evolução

Diferentes visões sistêmicas dos SAGs

O enfoque do sistema de commodities (CSA)

O conceito de cadeia (filière) agroalimentar

O Sistema Agroalimentar – uma proposta conceitual

Dimensões do SAG

Os agentes que compõem o SAG

Os ambientes institucional e organizacional

2. Sistema de integração agroindustrial nos países do MERCOSUL.

Estruturas dos sistemas agroindustriais

Integrações produtivas e a verticalização da produção

Os contratos de integração produtiva e a relação com os agricultores familiares

3. Impactos intersetoriais diretos e indiretos do comércio nacional e internacional no Agronegócio.

Produtos agrícolas e mercados no agronegócio

4. Capacidade de agregação de valor na cadeia.

As principais cadeias produtivas regionais

Agroindústrias familiares e o desenvolvimento regional

5. Situação regional de agregação de valor.

O processo histórico de agroindustrialização na agricultura familiar

A agregação de valor a matéria prima agropecuária

6. Técnicas econômicas para análise do resultado da cadeia agroindustrial.

Gestão de custos no agronegócio

As características do agronegócio e os atributos dos custos de transação

7. Aspectos atuais, novidades e tendências em análise de cadeias agroindustriais

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

BATALHA, Mário Otávio. Gestão agroindustrial. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2001.

CALADO, A. A. C. (Org.). Agronegócio. 2ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MENDES, J. T. G. Agronegócio: uma abordagem econômica. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

Bibliografia Complementar:

ARAÚJO, Massilon J. Fundamentos de agronegócios. 2. ed. rev., ampl. e atual São Paulo, SP: Atlas, 2005.

COSTA, A. J. O. O poder da agricultura empresarial. São Paulo: Saraiva.

EHLERS, Eduardo. Agricultura sustentável: origens e perspectivas de um novo paradigma. 2.ed. Guaíba: Agropecuária, 1999.

FELTRE, Cristiane et al. Agronegócios: gestão e inovação. São Paulo: Saraiva, 2006.

MONTOYA, Marco Antonio; PARRÉ, José Luiz. O agronegócio brasileiro no final do século XX. Passo Fundo: UPF, 2000.

NEVES, M. F; ZYLBERSZTAJN, D; NEVES, E. M. Agronegócio no Brasil. São Paulo: Saraiva.

PELEGRINI, G. GAZOLLA, M. Agroindústria familiar no Rio Grande do Sul: Limites e potencialidades a sua reprodução social. Frederico Westphalen: Editora da URI, 2008.

ZUIN, L. F. S.; QUEIROZ, T. R. Agronegócios: gestão e inovação. São Paulo: Saraiva.

16.3 CERTIFICAÇÃO DE PRODUTOS AGROPECUÁRIOS

Componente Curricular: Certificação de Produtos Agropecuários

Código: 50.167

Currículo 9 semestres: Específico IX **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Específico IX **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Agrárias

Área de conhecimento/aplicação: Agrárias /Administração

Ementa:

A certificação de produtos agropecuários. Rastreabilidade de produtos agropecuários. Programa de certificação e qualidade de alimentos. Estrutura necessária e setores envolvidos. Acordos multilaterais. Legislação.

Objetivo:

Adquirir conhecimentos específicos para participar do processo de certificação de qualidade no campo dos produtos agropecuários visando adequação as normas de qualificação existentes no setor do Agronegócio.

Conteúdo Programático:

1 A certificação de produtos agropecuários

Inspeção e certificação da cadeia de produtos de origem animal e vegetal.

Setores envolvidos.

Laboratórios credenciados.

Organismos geneticamente modificados.

Produtos orgânicos e com resíduos e contaminantes.

2 Certificação e qualidade de alimentos.

Rastreabilidade de produtos agropecuários.

HACCP – Campo no Brasil.

Certificação das Boas Práticas nos Agronegócios.

Normas: EUREPGAP – ISO 14001 – SA 8000.

3 Alertas Quarentenários, Pragas Quarentenárias, Alertas Fitossanitários.

Instituições das quais o Brasil é membro.

Acordos Multilaterais.

4 Legislação.

Fitossanitária.

Agroquímicos.

Alimentos.

Produção Integrada.

Produção orgânica

Classificação vegetal.

5 Atualidades, novidades e tendências da Certificação de Produtos Agropecuários

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

ABNT – Guia 65 – Requisitos gerais para organismos que operam sistemas de certificação de

produtos. São Paulo, 1997 – 9 p.

EMBRAPA MEIO AMBIENTE. Qualidade e certificação de produtos agropecuários. Brasília: Embrapa, 2000. 87 p.

EMBRAPA GADO DE CORTE. Programa Embrapa carne de qualidade Subprograma carne bovina: parceria com MAPA. Campo Grande – MS: EMBRAPA, 2000. 76p.

EMBRAPA INFORMAÇÃO TECNOLÓGICA . Qualidade e certificação de produtos agropecuários. Brasília: Embrapa, 2002.

Bibliografia Complementar:

ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL. LEI Nº 11.716, DE 28 DE DEZEMBRO DE 2001

NEVES, Maria Cristina Prata, Harmonização e Equivalência no Comércio Mundial de Produtos Orgânicos. Disponível em:<http://www.planetaorganico.com.br/TrabMCristina.htm> (2006: artigo da Chefe Geral da Embrapa Agrobiologia,).

PENTEADO, Roberto Silva, Introdução a Agricultura Orgânica: Normas e Técnicas de Cultivo, ed. Grafimagem, Outubro de 2000, Câmpusnas SP

VALLE, Cyro Eyer do. Qualidade Ambiental: ISO 14000. 5. ed. São Paulo: Senac, 2004.

16.4 COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS DO AGRONEGÓCIO

Componente Curricular: Comercialização de Produtos do Agronegócio

Código:60.440

Currículo 9 semestres: Específico VII **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Específico VII **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Estudo dos mecanismos de comercialização dos diferentes produtos agropecuários, Crédito de custeio e investimentos PROAGRO - Preços Mínimos – Documentos normativos de crédito rural. Formas de comercialização. Arremates, leilões e exposição. Bolsa de Cereais de Chicago e BM&F. Aspectos atuais e tendências em comercialização agrícola.

Objetivo:

Capacitar os profissionais no estudo dos mecanismos de comercialização Agrícola. Conhecer os agentes de abastecimento, Política de Crédito, Custeio Agrícola; Seguros, Política de Estoques Reguladores e Políticas de Abastecimento.

Conteúdo Programático:

1 Introdução a princípios básicos de comercialização

2 Sistema de Comercialização.

Aspectos gerais e conceito.

Componentes elementares e mecanismos de coordenação do sistema de comercialização.

Componentes elementares do sistema de comercialização.

Mecanismos de coordenação.

Fluxo geral de comercialização de produtos agrícolas.

O fluxo geral e a concorrência do mercado.

3 O complexo agroindustrial (CAI) e a comercialização agrícola.

O complexo agroindustrial brasileiro (O agribusiness brasileiro).

A importância do CAI.

A importância do CAI no Brasil.

A agroindústria e sua importância.

Expansão do CAI e dificuldades ao seu desenvolvimento.

Relações e Interdependências no CAI.

Estrutura do CAI Brasileiro.

O Setor de Recursos de produção para a Agricultura - Fase 1 do CAI.

Estrutura da Agricultura - Fase II do CAI e sua relação com a comercialização.

Alguns aspectos da estrutura da comercialização, Ao e agroindústria, Fase III do CAI.

A sistematização final do CAI.

Fluxo geral do produto agropecuário e insumos no CAI.

A comercialização de produtos agropecuários e o CAI.

4 Organização da estrutura do mercado.

Os níveis de mercado.

O mercado local.

O mercado atacadista.

O mercado varejista.

Integração de Mercado.

Conceitos e considerações.

Classificações (tipos de integração).

Objetivos e efeitos das integrações.

Rumos da integração.

5 Canais, fluxos e margens de comercialização.

Canais e fluxos de comercialização.

Margens de comercialização.

Classificação, teórica de margem de comercialização.

Cálculos das margens brutas: alguns exemplos.

Utilidades das margens de Comercialização.

Markup.

6 Custos de Comercialização.

Conceitos.

Custos e Recursos.

Renda e lucro.

Funções de custo e a eficiência de produção.

Considerações básicas.

Comportamento das curvas de custos totais em curto prazo.

Comportamento das curvas de custos médios e do custo marginal. Custos unitários, em curto prazo.

Funções de CTM e ou CME no longo prazo.

Equilíbrio da firma em concorrência perfeita no curto prazo.

Equilíbrio da firma no caso de monopólio.

7 Aspectos atuais e tendências

Comercialização via Arremates, leilões e exposição.

O papel da Bolsa de Cereais de Chicago na comercialização e preços

Comercialização via BOVESPA/BM&F.

Aspectos atuais, novidades e tendências em comercialização agrícola.

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento

das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

JAKUBASZKO, Richard. Marketing rural: como se comunicar com o homem que fala com Deus. 2.ed. Viçosa: Editora FGV, 2006.

NEVES, Marcos Fava. Marketing e estratégia em agronegócio e alimentos. São Paulo: Atlas, 2007.

TEJON, José Luiz; XAVIER, Coriolano. Marketing e agronegócio: a nova gestão. São Paulo: Pearson Brasil, 2009.

Bibliografia Complementar:

ARAÚJO, N. B. de; WEDEKIN, I.; PINAZZA, L. A. Complexo agroindustrial: o "Agribusiness" brasileiro. São Paulo: Agrocere, 1990.

COSTA, A. J. O. O poder da agricultura empresarial. São Paulo: Saraiva.

MENDES, Judas Tadeu Grassi; PADILHA JUNIOR, João Batista. Agronegócio: uma abordagem econômica. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

REIS, A. J. dos. Comercialização agrícola. Lavras: UFLA/FAEPE, 1995.

STEELE. H. L.; VERA FILHO, F.; WELSH, R. S. Comercialização agrícola. São Paulo: Atlas, 1971.

16.5 COMPETITIVIDADE EM AGRONEGÓCIOS

Componente Curricular: Competitividade em Agronegócios

Código: 60.441

Currículo 9 semestres: Específico II **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Específico II **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração/Economia

Ementa:

A dinâmica competitiva do Agronegócio no mercado global. Tecnologia e competitividade nos agronegócios. Conceitos e definições de estratégias competitivas. A implementação das estratégias competitivas no agronegócio. Aspectos atuais e tendências em competitividade no agronegócio.

Objetivo:

Compreender a importância da competitividade, analisando o impacto de inovações tecnológicas em produtos e processos no agronegócio.

Conteúdo Programático:

1 Competitividade e Globalização

Globalização no Agronegócio

Competitividade no Agronegócio

Dinâmica da inserção internacional do Agronegócio brasileiro.

O protecionismo e a regulação multilateral da OMC

2 Qualidade e Segurança em Alimentos

O conceito de segurança e qualidade sob o enfoque alimentar – a segurança do alimento.

Os conceitos ampliados de segurança e qualidade alimentar.

A Coordenação vertical por meio dos atributos da qualidade.

3 Gerenciamento de Tecnologia e Inovação em Sistemas Agroindustriais

Ciclo de vida de Tecnologias

Inovação

Gestão de tecnologia em Sistemas Agroindustriais

Estratégia Tecnológica

Estratégia corporativa

Estratégia tecnológica

O processo de gestão tecnológica

4 Estratégias competitivas no agronegócio

Estratégias competitivas aplicadas ao agronegócio

Atualidades e tendências em competitividade no agronegócio

5 Análise dos Mercados Agrícolas

O mercado de produtos Agrícolas

Mercados emergentes para o Agronegócio brasileiro

A competitividade do Agronegócio brasileiro no mercado mundial

6 Atualidades, novidades e tendências na área

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se

juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

NEVES, Marcos Fava. Marketing e estratégia em agronegócio e alimentos. São Paulo: Atlas, 2007.

CALADO, A. A. C. (Org.). Agronegócio. 2ed. São Paulo: Atlas, 2009.

ZUIN, L. F. S.; QUEIROZ, T. R. Agronegócios: gestão e inovação. São Paulo: Saraiva.

Bibliografia Complementar:

ARAÚJO, Massilon J. Fundamentos de agronegócios. 2. ed. rev., ampl. e atual São Paulo, SP: Atlas, 2005.

BATALHA, Mário Otávio. Gestão agroindustrial. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2001.

BRASIL MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. Intercâmbio comercial do agronegócio: principais mercados de destino. Brasília: Mapa fiscal, 2010.

MENDES, J. T. G. Agronegócio: uma abordagem econômica. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

NEVES, M. F; ZYLBERSZTAJN, D; NEVES, E. M. Agronegócio no Brasil. São Paulo: Saraiva.

16.6 COOPERATIVISMO E ASSOCIATIVISMO NO AGRONEGÓCIO

Componente Curricular: Cooperativismo e Associativismo no Agronegócio

Código: 60.442

Currículo 9 semestres: Específico III **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Específico III **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Definições de cooperativas e associativismo, suas características, evoluções, necessidades e valores. Tipos de cooperativas e associações, principais vantagens e desvantagens. Modelos de gestão. Atualidades, tendências, perspectivas e potencialidades no setor rural.

Objetivo:

Promover conhecimento sobre a importância da organização coletiva, em face das limitações individuais que possibilita poucos acessos a economias de escala, visando formar gestores que possam administrar e participar de cooperativas e associações economicamente viáveis.

Conteúdo Programático:

Conceitos de cooperativismo e associativismo aplicado ao agronegócio

Características

Tipos de cooperativas e associações

Modelos de gestão

Legislação

Mercados potenciais

Gestão estratégica

Atualidades, tendências, perspectivas e potencialidades do cooperativismo e das associações no setor rural.

Atualidades, novidades e tendências em cooperativismo e associativismo.

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

CENZI, Neri Luiz. Cooperativismo: desde as origens ao projeto de lei da reforma do sistema cooperativo brasileiro. Curitiba: Juruá, 2009.

HEINZELMANN, Marta Regina; SOUZA, Sirlei. Associativismo: uma história de sucesso. Joinville: Univille, 2009.

PINHO, Djalma. Manual de Gestão das cooperativas. São Paulo: Atlas, 2003.

Bibliografia Complementar:

BONO, E. Criatividade Levada a Sério. São Paulo: Pioneira, 1994.

DAFT, R.L. Administração. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

LAUSCHNER, R. Agribusiness, cooperativa e produtor rural. São Leopoldo: Unisinos, 1993

MARTINS, Sérgio Pinto. Cooperativas de trabalho. São Paulo: Atlas, 2003.

TEDESCO, João Carlos; BEUX, Paulo Ivan Schutz; SOUZA, Sirlei de Fátima de; CECCHET, Renan. Agroindústrias, frigoríficos e cooperativismo: evoluções e contradições nas lógicas de desenvolvimento de Passo Fundo 1950-1990. Porto Alegre, RS: EST Edições, 2005.

16.7 DESENVOLVIMENTO REGIONAL E SUSTENTABILIDADE

Componente Curricular: Desenvolvimento Regional e Sustentabilidade

Código:60.443

Currículo 9 semestres: Específico VIII **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Específico VIII **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Economia / Administração

Ementa:

Conceito de desenvolvimento regional. O conceito do desenvolvimento sustentável. A evolução da globalização e a regionalização das economias e seus impactos sobre o desenvolvimento regional. A modernização das atividades produtivas regionais. A sustentabilidade no desenvolvimento das regiões. O desenvolvimento local sustentável e endógeno. A potencialização dos capitais regionais e a busca de alternativas para o desenvolvimento. A sinergia do desenvolvimento. A qualificação dos agentes do desenvolvimento regional. Limites estruturais e energéticos do desenvolvimento. Aspectos atuais e tendências do desenvolvimento regional.

Objetivo:

Proporcionar um entendimento sobre os princípios históricos do planejamento para o desenvolvimento local/regional e a globalização das economias vinculadas ao seu atual contexto com vista no aprimoramento das alternativas existentes e possibilidade futuras de produção para impulsionar o desenvolvimento regional harmônico.

Conteúdo Programático:

Conceitualização

Planejamento

Desenvolvimento

Desenvolvimento Local e Regional

Desenvolvimento Sustentável e Harmônico

Vertentes históricas sobre a Descentralização e Desconcentração

A Globalização e a regionalização das economias e seus impactos sobre o desenvolvimento regional.

O contexto histórico do desenvolvimento regional e da globalização.

Mudanças Globais e o uso das Novas tecnologias como instrumentos do desenvolvimento.

Sustentabilidade x Desenvolvimento Endógeno e Exógeno.

A potencialização dos capitais regionais e a busca de alternativas para o desenvolvimento.

Existência e inexistência de capital social.

A sinergia do desenvolvimento.

Agentes do desenvolvimento ou do Fracasso.

A identificação de fatores limitantes para o desenvolvimento regional.

Casos e experiências exitosas de desenvolvimento local e regional.

Aspectos atuais, novidades e tendências do desenvolvimento regional.

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

BRUM, Argemiro J. O desenvolvimento econômico brasileiro. 24. ed. Petrópolis:

Vozes/Unijui, 2005.

SIEDENBERG, Dieter R. Dicionário desenvolvimento regional. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2006.

TOALDO, Ana Maria Machado; SABEDOT, Sydney (Coord). Conhecimento, sustentabilidade e desenvolvimento regional. Porto Alegre: Centro Universitário La Salle, 2006.

Bibliografia Complementar:

BECKER, Dinizar Fermiano. REDENEP: a pesquisa, o planejamento e a gestão em rede do desenvolvimento local regional. Lajeado: UNIVATES, 2000.

FURTADO, Celso. Introdução ao Desenvolvimento: enfoque histórico-estrutural. 3ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.

SACHS, Ignacy. Desenvolvimento includente, sustentável, sustentado. 152p.2004.

SACHS, Wolfgang. Dicionário do desenvolvimento: guia para o conhecimento como poder. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

VEIGA, José Eli. O Desenvolvimento Agrícola. Uma Visão Histórica: Hucitec, 1995.

16.8 LEGISLAÇÃO AGRÁRIA E AMBIENTAL

Componente Curricular: Legislação Agrária e Ambiental

Código: 60.44

Currículo 9 semestres: Específico IV **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Específico IV **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Direito / Administração

Ementa:

Institutos Básicos do Direito Agrário Brasileiro. O Direito a Propriedade Privada. Reforma Agrária. Desapropriação. Usucapião Especial. Contratos Agrários. O Meio Ambiente Como Objeto do Direito. Estudo do Impacto Ambiental. A Responsabilidade Por Danos Ecológicos. Meios Processuais de Proteção Ambiental. Tópicos Atuais e Tendências em Legislação Agrária e Ambiental.

Objetivo:

Conhecer os problemas fundiários e ambientais brasileiros, bem como a identificação da legislação pertinente.

Conteúdo Programático:

1 Institutos Básicos do Direito Agrário Brasileiro

Propriedade territorial rural.

Imóvel rural.

Propriedade privada e familiar.

Módulo rural.

Minifúndio.

Latifúndio.

Empresa rural.

A indivisibilidade do imóvel rural.

A tributação sobre a propriedade rural.

Aquisição de terras por estrangeiros.

Terras devolutas.

2 Reforma Agrária

A questão agrária no Brasil.

O Estatuto da Terra e a legislação aplicável.

A política agrária e a política fundiária.

Instrumentos da Reforma Agrária.

Terras para a Reforma Agrária.

3 Desapropriação

A desapropriação por interesse social para fins de reforma agrária.

O processo expropriatório.

A legislação pertinente.

A indenização prévia e justa.

Os casos de inviabilidade da desapropriação.

4 Usucapião Especial

As espécies no Direito Brasileiro.

Requisitos do usucapião rural.

As inovações e posicionamentos conflitantes da doutrina e jurisprudência.

5 Contratos Agrários

Definição e requisitos dos contratos agrários.

Contratos nominados e inominados.

Princípios dos contratos agrários.

Cláusulas obrigatórias.

O arrendamento rural.

A parceria rural.

A legislação aplicável.

As peculiaridades dos arrendamentos e parcerias rurais.

Parte prática.

6 O Meio Ambiente como Objeto do Direito

Conceito de Meio Ambiente.

Degradação ambiental e consciência ecológica.

Legislação ambiental.

Competência legislativa.

7 Estudo do Impacto Ambiental

Conceito.

Fundamento constitucional.

Relatório de impacto ambiental.

8 A Responsabilidade por Danos Ecológicos

Conceito de Dano e Reparação.

Tipos de Responsabilidade.

Responsabilidade Administrativa.

Responsabilidade Criminal.

Responsabilidade Civil.

9 Meios Processuais de Proteção Ambiental

Meios Processuais.

Ação Penal.

Procedimento Civil Ordinário e Ação Civil Pública.

Ação Popular.

Tutela Cautelar.

10 Aspectos Atuais, Novidades e Tendências

Legislação atual e novas formas de interpretar a Legislação Agrária e Ambiental

Decisões e julgamentos recentes

Novidades, atualidades e tendências na área

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos

futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

BARROS, Wellington Pacheco. Curso de Direito Agrário, vol I. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2001.

BARROS, Wellington Pacheco. Curso de Direito Agrário, vol II. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2001.

BENJAMIN, Antônio Herman V. Dano Ambiental Prevenção, Reparação e Repressão. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003.

Bibliografia Complementar:

ANCELES, Pedro Einstein dos Santos. Manual de Tributos da Atividade Rural. São Paulo: Atlas.

LARANJEIRA, Raymundo. Direito Agrário. São Paulo: LTr, 1997.

MACHADO, Paulo Affonso Leme. Direito Ambiental Brasileiro. São Paulo: Malheiros, 1998.

MIRANDA, Alcir Gursen de. Direito agrário e ambiental. Rio de Janeiro: Forense.

SILVA, José Afonso da. Direito Ambiental Constitucional. São Paulo: Malheiros, 2000.

16.9 POLÍTICAS AGRÍCOLAS

Componente Curricular: Políticas Agrícolas

Código: 60.446

Currículo 9 semestres: Específico VI **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Específico VI **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Economia /Administração

Ementa:

Definições e Conceitos de Política Agrícola. Tipos de Políticas Agrícolas. Análise de políticas de desenvolvimento da agricultura. Políticas de Preço e Preços Mínimos. Política de segurança alimentar. Políticas fundiárias. Políticas tecnológicas. Políticas de Comercialização. Políticas de Financiamento, Crédito de Custeio e Investimento, Seguro e Subsídio. Documentos normativos de crédito rural. A política agrícola brasileira. A política agrícola brasileira para fomento ao desenvolvimento rural e alternativas de diversificação. Política agrícola brasileira versus a Política Agrícola do Mercosul, Alca e OMC. A Política Agrícola Comum. O PAC na União Européia e a Política Agrícola dos EUA. Aspectos atuais e tendências da política agrícola.

Objetivo:

Capacitar os profissionais da administração para entender do que trata a política agrícola e com ela influencia o gestão do agronegócio, sua competitividade e os avanços nessa área no mundo, possibilitando assim que o aluno entenda como funcionam as políticas agrícolas no Brasil e no mundo e os diversos aspectos que as norteiam.

Conteúdo Programático:

1. Introdução a Políticas Agrícolas

Definições e conceitos de Políticas Agrícolas

O por que da Existência das Políticas Agrícolas

Tipos de Políticas Agrícolas

Análise de políticas de desenvolvimento da agricultura.

O Papel da Agricultura no Desenvolvimento Econômico.

Influência das Políticas Agrícolas

2. Políticas Agrícolas

Políticas de Preço e Preços Mínimos

Política de segurança alimentar

Políticas fundiárias.

Políticas tecnológicas.

Políticas de Comercialização

Políticas de Financiamento, Crédito de Custeio e Investimento, Seguro e Subsídio

Documentos normativos de crédito rural.

3 A evolução da política agrícola brasileira

O Modelo Primário-Exportador

Formação da Sociedade Agrária Brasileira

Questão da Terra no Brasil

A Evolução da Estrutura Agrária Brasileira

A Era da Cafeicultura

Agropecuária Brasileira no Período de 1946 a 1964.

Agropecuária Brasileira no Período de 1965 a 1986: Modernização.

Modernização da Agricultura. A modernização conservadora. Revolução Verde e Mecanização

Migração e Redefinição do Espaço Rural

4 Atualidades sobre Política Agrícola

A política agrícola brasileira atual

Política agrícola brasileira versus a Política Agrícola do Mercosul, Alca e OMC

Dumping e Subsídios na Agricultura

Protecionismo do Agribusiness nos Países Desenvolvidos: Oportunidades e Ameaças para o Brasil

A Posição Brasileira diante do Protecionismo Agrícola Mundial

O Câmbio e a Competitividade do Setor Agrícola Brasileiro Após o Plano Real.

Efeito das Políticas Tributárias, Tarifárias e Cambial sobre a Competitividade das Principais

Cadeias Agroindustriais do Mercosul.

A Competitividade das Cadeias Agroindustriais no Mercosul.

A Política Agrícola Comum

O PAC na União Europeia e a Política Agrícola dos EUA

A Agricultura na Globalização

Aspectos atuais, novidades e tendências da política agrícola.

5. A Política Agrícola por Atividades

A Economia Mundial da Soja: Impactos na Cadeia Produtiva da Oleaginosa no RS: 1970-atual

A Economia Mundial da Soja no Século XX e XXI

A Economia Mundial da Soja na Região Noroeste do RS

O Mercado Mundial do Leite e derivados

Efeito das Políticas Governamentais sobre a Competitividade do Setor Leiteiro Gaúcho

A Competitividade da Cadeia Agroindustrial do Leite no Brasil e na Argentina

A política agrícola de fomento as atividades alternativas na região

A política agrícola para o Biodiesel e da alimentação saudável

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

BACHA, C.J.C. Economia e política agrícola no Brasil. São Paulo: Atlas, 2004.

BOURGEOIS. Política agrícola. Lisboa: Instituto Piaget, BBCC, 1993.

BRUM, A.J. et all. Agricultura brasileira: formação, desenvolvimento e perspectivas. Ijuí: Ed. Unijui, 2005.

Bibliografia Complementar:

ABRAMOVAY, R. Paradigmas do capitalismo agrário em questão. São Paulo. Editora HUCITEC, 1992.

BATALHA, M. O. (org.). Gestão agroindustrial. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

LEITE Sérgio. As políticas Agrícolas do Governo na década de 1990. São Paulo, 2001.

NEVES, M.F. et al (org.). Gestão de negócios em alimentos. São Paulo: Pioneira, 2002.

SECCHI, Leonardo. Políticas públicas: conceitos, esquemas de análises, casos práticos. São Paulo: Cengage, 2011.

VEIGA, J.E. Desenvolvimento Agrícola. São Paulo Editora HUCITEC, 1991.

17 COMPONENTES CURRICULARES ESPECÍFICOS DE LINHA DE FORMAÇÃO EM COOPERATIVISMO

Esta seção contém os componentes curriculares específicos de linha de formação em Cooperativismo. Os componentes curriculares estão em ordem alfabética. Para consultar utilize o Sumário.

17.1 COOPERATIVAS DE TRABALHO E DE SERVIÇOS

Componente Curricular: Cooperativas de Crédito, Trabalho e Serviços

Código: 60.447

Currículo 9 semestres: Específico VI **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Específico VI **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Definição de Cooperativas de Crédito. Definições de cooperativas de trabalho. Definições de cooperativas de Serviço. O sócio e a clareza do princípio e interesse coletivo. Princípios das cooperativas de crédito, de trabalho e de serviços. Características, evoluções, necessidades e valores das cooperativas de crédito, de trabalho e de serviços. Tipos de cooperativas de crédito, de trabalho e de serviços. A questão legal das cooperativas de crédito, trabalho e de serviços. A história das cooperativas de crédito no Brasil. O que é preciso para formar uma cooperativa de crédito. Principais serviços prestados pelas cooperativas de crédito e sua função. A gestão nas cooperativas de crédito. Cooperativas de crédito versus bancos. Atualidades e tendências em Cooperativas de crédito. A evolução das cooperativas de trabalho no Brasil. O que é preciso para formar uma cooperativa de trabalho. Tipos de trabalhos oferecidos. Atualidades e tendências das cooperativas de trabalho. Formas de gestão em cooperativas de trabalho. Cooperativas de trabalho versus relações trabalhistas. Atualidades e tendências das cooperativas de trabalho. A evolução das cooperativas de serviços no Brasil. Formas de gestão em cooperativas de serviços. O que é preciso para formar uma cooperativa de serviços. Tipos de serviços oferecidos. Atualidades e tendências das cooperativas de serviços.

Objetivo:

Proporcionar ao estudante conhecimento adequado para que ele possa atuar como gestor, consultor e assessor de cooperativas de crédito, de trabalho e de serviços.

Conteúdo Programático:

1 ASPECTOS INTRODUTÓRIOS SOBRE COOPERATIVAS DE CRÉDITO, TRABALHO E SERVIÇOS

Definição de Cooperativas de Crédito.

Definições de cooperativas de trabalho.

Definições de cooperativas de Serviço.

O sócio e a clareza do princípio e interesse coletivo.

Princípios das cooperativas de crédito, de trabalho e de serviços.

Características, evoluções, necessidades e valores das cooperativas de crédito, de trabalho e de serviços.

Tipos de cooperativas de crédito, de trabalho e de serviços.

A questão legal das cooperativas de crédito, trabalho e de serviços

2 COOPERATIVISMO DE CRÉDITO

O princípio do cooperativismo de crédito

A história das cooperativas de crédito no Brasil.

O que é preciso para formar uma cooperativa de crédito.

Principais serviços prestados pelas cooperativas de crédito e sua função.

A gestão nas cooperativas de crédito.

Cooperativas de crédito versus bancos.

Casos de sucesso no cooperativismo de crédito no Brasil

Atualidades e tendências em Cooperativas de crédito.

3. COOPERATIVISMO DE TRABALHO

O princípio do cooperativismo de trabalho

A evolução das cooperativas de trabalho no Brasil.

O que é preciso para formar uma cooperativa de trabalho.

Tipos de trabalhos oferecidos.

Formas de gestão em cooperativas de trabalho.

Cooperativas de trabalho versus relações trabalhistas.

Casos de sucesso no cooperativismo de trabalho no Brasil

Atualidades e tendências das cooperativas de trabalho.

4. COOPERATIVISMO DE SERVIÇOS

O princípio do cooperativismo de crédito

Tipos de cooperativas de serviços

Outras formas de cooperação nos serviços

A evolução das cooperativas de serviços no Brasil.

Formas de gestão em cooperativas de serviços.

O que é preciso para formar uma cooperativa de serviços.

Tipos de serviços oferecidos.

Atualidades, novidades e tendências das cooperativas de serviços.

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

CRÚZIO, Helnon de Oliveira. Cooperativas em rede e autogestão do conhecimento: o trabalho flexível em torno de processos, sob habilidades e equipes. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

FRÓES, Oswaldo. Cooperativas de educação. São Paulo: Mackenzie: forense Universitária, 2001.

PAGNUSSATT, Alcenor. Guia do cooperativismo de crédito- organização governança e políticas corporativas. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2004.

Bibliografia Complementar:

LIMA NETO, Arnor. Cooperativas de trabalho: intermediação de mão-de-obra e subtração de direitos dos trabalhadores. Curitiba, PR: Juruá, 2004.

MARTINS, Sérgio Pinto. Cooperativas de trabalho. São Paulo: Atlas, 2003.

PEREIRA, Maria Isabel. Cooperativas de trabalho: o impacto no setor de serviços. São Paulo: Thomson, 2002.

PRETTO, J. M. (org.). Cooperativismo de crédito e microcrédito rural. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2003.

SENRA, Ricardo Belízio de Faria (Coords.). Aspéctos jurídicos das Cooperativas de crédito. Belo Horizonte: Mandamentos, 2005.

TEIXEIRA JÚNIOR, Amílcar Barca; CIOTTI, Lívio Rodrigues. Cooperativas de trabalho na administração pública. Belo Horizonte: Mandamentos, 2003.

17.2 COOPERATIVISMO E ASSOCIATIVISMO

Componente Curricular: Cooperativismo e Associativismo

Código: 60.379

Currículo 9 semestres: Específico I **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Específico I **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Definições de cooperativas e associativismo, suas características, evoluções, necessidades e valores. Tipos de cooperativas e associações, principais vantagens e desvantagens. Modelos de gestão. Perspectivas e potencialidades no setor rural.

Objetivo:

Permitir ao estudante a compreensão da correta dimensão do que é e como funciona o associativismo e o cooperativismo, seus princípios e funções de modo a poder atuar como gestor, membro ou formador de entidades dessa natureza junto a sociedade em que atua.

Conteúdo Programático

Definições de cooperativas, associações, cooperativismo e associativismo

Características do cooperativismo e do associativismo

Evoluções do cooperativismo e do associativismo

Necessidades e valores do cooperativismo e do associativismo

Tipos de cooperativas e associações

Principais vantagens e desvantagens do cooperativismo e do associativismo

Modelos de gestão no cooperativismo e no associativismo

Perspectivas e potencialidades do cooperativismo e do associativismo no setor rural

Perspectivas e Potencialidades do cooperativismo e do associativismo no setor urbano

O Planejamento em Empresas Cooperativas

Aspectos atuais, novidades e tendências em Cooperativismo e Associativismo

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

CRÚZIO, Helon de Oliveira. Como organizar e administrar uma cooperativa: : uma alternativa para o desemprego. Rio de Janeiro: FGV, 2002.

DUARTE, Laura Maria Goulart. Capitalismo & cooperativismo no Rio Grande do Sul. Porto Alegre, L&PM, 1986

PINHO, Djalma. Manual de Gestão das cooperativas. São Paulo: Atlas, 2003.

Bibliografia Complementar:

BOETTCHER, Erik. Cooperativismo e competição: a experiência das cooperativas no capitalismo alemão. Porto Alegre, Coojornal, 1978

CECCHET, Renan. Agroindústrias, frigoríficos e cooperativismo: evoluções e contradições nas lógicas de desenvolvimento de Passo Fundo 1950-1990. Porto Alegre, RS: EST Edições, 2005.

FLORES, Antonio Joreci. A Contribuição do Cooperativismo na Implementação de Políticas Públicas. Frederico Westphalen, RS. Editora da URI – 2010.

RAMBO, Arthur Blasio. O associativismo teuto-brasileiro e os primórdios do cooperativismo no Brasil. São Leopoldo, Editora Unisinos, 1988

TEDESCO, João Carlos; BEUX, Paulo Ivan Schutz; SOUZA, Sirlei de Fátima de;

17.3 COOPERATIVISMO E ASSOCIATIVISMO NO AGRONEGÓCIO

Componente Curricular: Cooperativismo e Associativismo no Agronegócio

Código: 60.442

Currículo 9 semestres: Específico IV **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Específico IV **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Definições de cooperativas e associativismo, suas características, evoluções, necessidades e valores. Tipos de cooperativas e associações, principais vantagens e desvantagens. Modelos de gestão. Atualidades, tendências, perspectivas e potencialidades no setor rural.

Objetivo:

Promover conhecimento sobre a importância da organização coletiva, em face das limitações individuais que possibilitam poucos acessos a economias de escala, visando formar gestores que possam administrar e participar de cooperativas e associações economicamente viáveis.

Conteúdo Programático:

Conceitos de cooperativismo e associativismo aplicado ao agronegócio

Características

Tipos de cooperativas e associações

Modelos de gestão

Legislação

Mercados potenciais

Gestão estratégica

Atualidades, tendências, perspectivas e potencialidades do cooperativismo e das associações no setor rural.

Atualidades, novidades e tendências em cooperativismo e associativismo.

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

CENZI, Neri Luiz. Cooperativismo: desde as origens ao projeto de lei da reforma do sistema cooperativo brasileiro. Curitiba: Juruá, 2009.

HEINZELMANN, Marta Regina; SOUZA, Sirlei. Associativismo: uma história de sucesso. Joinville: Univille, 2009.

PINHO, Djalma. Manual de Gestão das cooperativas. São Paulo: Atlas, 2003.

Bibliografia Complementar:

BONO, E. Criatividade Levada a Sério. São Paulo: Pioneira, 1994.

DAFT, R.L. Administração. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

LAUSCHNER, R. Agribusiness, cooperativa e produtor rural. São Leopoldo: Unisinos, 1993

MARTINS, Sérgio Pinto. Cooperativas de trabalho. São Paulo: Atlas, 2003.

TEDESCO, João Carlos; BEUX, Paulo Ivan Schutz; SOUZA, Sirlei de Fátima de; CECCHET, Renan. Agroindústrias, frigoríficos e cooperativismo: evoluções e contradições nas lógicas de desenvolvimento de Passo Fundo 1950-1990. Porto Alegre, RS: EST Edições, 2005.

17.4 DESENVOLVIMENTO REGIONAL E SUSTENTABILIDADE

Componente Curricular: Desenvolvimento Regional e Sustentabilidade

Código: 60.443

Currículo 9 semestres: Específico VIII **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Específico VIII **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Economia / Administração

Ementa:

Conceito de desenvolvimento regional. O conceito do desenvolvimento sustentável. A evolução da globalização e a regionalização das economias e seus impactos sobre o desenvolvimento regional. A modernização das atividades produtivas regionais. A sustentabilidade no desenvolvimento das regiões. O desenvolvimento local sustentável e endógeno. A potencialização dos capitais regionais e a busca de alternativas para o desenvolvimento. A sinergia do desenvolvimento. A qualificação dos agentes do desenvolvimento regional. Limites estruturais e energéticos do desenvolvimento. Aspectos atuais e tendências do desenvolvimento regional.

Objetivo:

Proporcionar um entendimento sobre os princípios históricos do planejamento para o desenvolvimento local/regional e a globalização das economias vinculadas ao seu atual contexto com vista no aprimoramento das alternativas existentes e possibilidade futuras de produção para impulsionar o desenvolvimento regional harmônico.

Conteúdo Programático:

Conceitualização

Planejamento

Desenvolvimento

Desenvolvimento Local e Regional

Desenvolvimento Sustentável e Harmônico

Vertentes históricas sobre a Descentralização e Desconcentração

A Globalização e a regionalização das economias e seus impactos sobre o desenvolvimento

regional.

O contexto histórico do desenvolvimento regional e da globalização.

Mudanças Globais e o uso das Novas tecnologias como instrumentos do desenvolvimento.

Sustentabilidade x Desenvolvimento Endógeno e Exógeno.

A potencialização dos capitais regionais e a busca de alternativas para o desenvolvimento.

Existência e inexistência de capital social.

A sinergia do desenvolvimento.

Agentes do desenvolvimento ou do Fracasso.

A identificação de fatores limitantes para o desenvolvimento regional.

Casos e experiências exitosas de desenvolvimento local e regional.

Aspectos atuais, novidades e tendências do desenvolvimento regional.

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

BRUM, Argemiro J. O desenvolvimento econômico brasileiro. 24. ed. Petrópolis: Vozes/Unijui, 2005.

SIEDENBERG, Dieter R. Dicionário desenvolvimento regional. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2006.

TOALDO, Ana Maria Machado; SABEDOT, Sydney (Coord). Conhecimento, sustentabilidade e desenvolvimento regional. Porto Alegre: Centro Universitário La Salle, 2006. 142 p.

Bibliografia Complementar:

BECKER, Dinizar Fermiano. REDENEP: a pesquisa, o planejamento e gestão em rede do desenvolvimento local regional. Lajeado: UNIVATES, 2000.

FURTADO, Celso. Introdução ao Desenvolvimento: enfoque histórico-estrutural. 3ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.

SACHS, Ignacy. Desenvolvimento incluyente, sustentável, sustentado. 152p.2004.

SACHS, Wolfgang. Dicionário do desenvolvimento: guia para o conhecimento como poder. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

VEIGA, José Eli. O Desenvolvimento Agrícola. Uma Visão Histórica: Hucitec, 1995.

17.5 DIREITO COOPERATISTA

Componente Curricular: Direito Cooperativista

Código: 60.448

Currículo 9 semestres: Específico III **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Específico III **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Direito / Administração

Ementa:

Noções e conceitos de Direito Cooperativo. Regras sobre funcionamento de Cooperativas e Associações no Brasil. A Legislação Cooperativista. Necessidades legais para criar e registrar uma cooperativa ou associação. O direito e o dever da cooperativa. O direito e o dever do sócio. O poder e a responsabilidade do dirigente. O Estatuto. A relação da cooperativa com os demais segundo a legislação. O direito de cooperativas no Brasil. Aspectos atuais e tendências em direito e legislação de cooperativas e de associações.

Objetivo:

Permitir ao estudante saber regras, leis e normas sobre a constituição e funcionamento de cooperativas e associações bem como a responsabilidade das partes.

Conteúdo Programático

Noções e conceitos de Direito Cooperativo.

Regras sobre funcionamento de Cooperativas e Associações no Brasil.

A Legislação Cooperativista.

Necessidades legais para criar e registrar uma cooperativa ou associação.

O direito e o dever da cooperativa.

O direito e o dever do sócio.

O poder e a responsabilidade do dirigente.

O Estatuto.

O Regimento Interno.

As instâncias de decisão.

A relação da cooperativa com os demais segundo a legislação.

O direito de cooperativas no Brasil.

Aspectos atuais, novidades e tendências em direito e legislação de cooperativas e de associações.

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

PERIUS, Vergílio Frederico. Cooperativismo e Lei. São Leopoldo, Rs: Unisinos, 2001.

VERAS NETO, Francisco Quintanilha. Cooperativismo: nova abordagem sócio-jurídica. Curitiba, PR: Juruá, 2002.

CENZI, Neri Luiz. Cooperativismo/ desde as origens ao projeto de lei da reforma do sistema cooperativo brasileiro. Curitiba, PR: Juruá, 2009.

Bibliografia Complementar:

BORBA, José Edwaldo Tavares, Direito Societário, 8. ed.. São Paulo: Renovar, 2003.

BUCCI, Maria Paula Dallari. Cooperativas de habitação no direito brasileiro. São Paulo: Saraiva, 2003.

CRÚZIO, Helnon de Oliveira. Como organizar e administrar uma cooperativa: uma alternativa para o desemprego. 5.ed Rio de Janeiro, RJ: LTC, 2005.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Manual de gestão das cooperativas: uma abordagem prática. 4.ed. São Paulo, SP: Atlas, 2009.

ROSSI, Amélia do Carmo Sampaio. Cooperativismo à luz dos princípios constitucionais. Curitiba, PR: Juruá, 2005.

17.6 ECONOMIA DA COOPERAÇÃO

Componente Curricular: Economia da Cooperação

Código: 60.449

Currículo 9 semestres: Específico V **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Específico V **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Economia /Administração

Ementa:

Definições de economia da cooperação. Formas de exercer a economia da cooperação. Tipos de cooperação existentes. Vantagens e lógica econômica de cooperar. A estratégia da cooperação. Competição versus cooperação. Unir para competir. Atualidades e tendências na economia da cooperação. Atualidades e tendências na área.

Objetivo:

Possibilitar o entendimento do que é e como funciona a economia da cooperação nas mais diversas formas de cooperar entre pessoas e empresas no mundo e no Brasil. Proporcionando possibilidades de que o estudante possa atuar como gestor, consultor e assessor nessa área.

Conteúdo Programático

- 1. Definições de economia da cooperação.**
- 2. A Teoria economia e lógica racional da cooperação**
- 3. Formas de exercer a economia da cooperação.**
- 4. Tipos de cooperação existentes.**

Cooperativas e suas várias formas

A cooperação em família, amigos e vizinhos

Associações

Grupos Coletivos formais e informais

Sociedade, Comunidade, Sindicatos e outras organizações coletivas

Condomínios rurais e urbanos

Consórcios

Consórcios intermunicipais

Economia solidária e Economia Popular Solidária

Terceiro Setor e ONGs

Responsabilidade Social e ambiental pública e privada

Campanha pela consciência coletiva em prol dos demais e de causas

Redes de cooperação

Cooperação entre empresas total ou parcial

Consórcios de exportação e importação, alianças estratégicas internacionais e joint ventures

Arranjos produtivos locais, sistemas locais de produção, clusters, incubadoras, P&D coletivos, comercialização e compras coletivas

Cooperação entre governos e entidades

Cooperação de governo com governo

Outras modalidades de cooperação

5. Vantagens e lógica econômica de cooperar.

6. Estratégias da cooperação.

7. Atualidades e tendências na economia da cooperação.

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

AMATO NETO, J. Redes de cooperação e clusters regionais. São Paulo: Atlas, 2000.

BALESTRIN, Alsones; VERSCHOORE, Jorge. . Redes de cooperação empresarial: estratégias de gestão na nova economia. Porto Alegre: Bookman, 2008. 209p.

SINGER, Paul; SOUZA, André Ricardo de (orgs). A economia solidária no Brasil: a autogestão como resposta ao desemprego. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2003.

Bibliografia Complementar:

CRÚZIO, Helnon de Oliveira. Como organizar e administrar uma cooperativa: uma alternativa para o desemprego. Rio de Janeiro: FGV, 2002.

GUERRA, P. A. Elementos para uma economia da solidariedade. *Renovação*, n. 312, p. 19-22, 1997.

PEREIRA NETO, Mario. Joint ventures com a Nova União Europeia. São Paulo: Aduaneiras, 1995. 324 p

PINHO, Djalma. Manual de Gestão das cooperativas: uma abordagem prática. São Paulo: Atlas, 2009.

SINGER, Paul. Economia Solidária como uma alternativa ao liberalismo. *Proposta*, n. 72, p. 6-13, 1997.

CRESPAN, Arildo Miguel; KÖHLER, Claudia (Et al). Concertação social: diálogos sobre economia Solidária. Gravataí, RS: Assis Artes, 2011.

17.7 ECONOMIA SOLIDÁRIA E TERCEIRO SETOR

Componente Curricular: Economia Solidária e Terceiro Setor

Código: 60.450

Currículo 9 semestres: Específico VII **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Específico VII **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Economia /Administração

Ementa:

Definições de Economia Solidária. O ser solidário. A importância da economia solidária na sociedade moderna. A economia solidária como uma alternativa econômica e social. A economia solidária e a inclusão social. Economia solidária, emprego e renda. Economia popular solidária. Formas de expressão da economia solidária. O coletivo e a participação. O empreendedorismo popular. A autogestão e a participação coletiva. Direitos, responsabilidades e participação coletiva. Definições e conceitos de terceiro setor. Formas de atuação no terceiro setor. O que faz o terceiro setor. Formas de organização no terceiro setor. Formas de montar e trabalhar em ONGs. O gestor de ONGs. A gestão no terceiro setor. O terceiro setor e a economia solidária no Brasil. Atualidades e tendências em Economia solidária e terceiro setor.

Objetivo:

Permitir que o aluno entenda as formas de solidariedade e terceiro setor que existem na atualidade, o que fazem, como se expressam e o papel do Administrador ao estar a frente desses empreendimentos.

Conteúdo Programático

Definições de Economia Solidária.

O ser solidário.

A importância da economia solidária na sociedade moderna.

A economia solidária como uma alternativa econômica e social.

A economia solidária e a inclusão social.

Formas de expressão da economia solidária.

O coletivo e a participação.

O empreendedorismo popular.

A autogestão e a participação coletiva.

Direitos, responsabilidades e participação coletiva.

As redes de consumo solidário

O Selo solidário

Definições e conceitos de terceiro setor.

Formas de atuação no terceiro setor.

O que faz o terceiro setor.

Formas de organização no terceiro setor.

Formas de montar e trabalhar em ONGs.

O terceiro setor e a economia solidária no Brasil.

Atualidades e tendências em Economia solidária e terceiro setor.

Casos bem sucedidos em Economia solidária

A visão do mundo sobre economia solidária e sobre terceiro setor

Atualidades, novidades e tendências em economia solidária e terceiro setor

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

BARBOSA, Rosangela Nair de Carvalho. A economia solidária como política: uma tendência de geração de renda e ressignificação do trabalho do Brasil . São Paulo: Cortez, 2007.

MONTAÑO, E. Terceiro setor e questão social: crítica ao padrão emergente de intervenção social. 3.ed. São Paulo, SP : Cortez, 2005.

SINGER, Paul; SOUZA, André Ricardo de (orgs). A economia solidária no Brasil. São Paulo: Contexto, 2003.

Bibliografia Complementar:

CAVALCANTI, Marly (org.). Gestão social, estratégias e parcerias. São Paulo: Saraiva.

CRESPAN, Arildo Miguel; KÖHLER, Claudia (et al). Concertação social: diálogos sobre economia Solidária. Gravataí, RS: Assis Artes, 2011.

GAIGER, Luiz Inácio (org). Sentidos e experiências da economia solidária no Brasil. Porto Alegre : UFRGS, 2004

FERNANDES, Rubem Cesar. Privado porém público: o terceiro setor na América Latina. 3. ed. Rio de Janeiro, Relume-Dumara, 2002

MANCE, Euclides A. A Revolução das redes: a colaboração solidária como uma alternativa pós-capitalista à globalização atual. Petrópolis: Vozes, 1999.

SINGER, Paul; SOUZA, André Ricardo de (org.). A economia solidária no Brasil: a autogestão como resposta ao desemprego. 2.ed São Paulo: Contexto, 2003.

TEDESCO, Joao Carlos; CAMPOS, Ginez Leopoldo Rodrigues ((Org.)). Economia solidária e reestruturação produtiva: (sobre)vivências no mundo do trabalho atual. Passo Fundo, RS: UPF - UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO, 2001.

17.8 MARKETING NO COOPERATIVISMO

Componente Curricular: Marketing no Cooperativismo

Código: 60.451

Currículo 9 semestres: Específico IX **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Currículo 8 semestres: Específico IX **Créditos:** 02 **Horas:** 30

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração / Administração

Ementa:

Conhecimento e a importância da estratégia mercadológica das cooperativas. Conceitos teóricos sobre os tipos, formas de planejamento de marketing para cooperativas. Composto de marketing e implementação e controle dos programas nas cooperativas. Aspectos atuais do marketing no cooperativismo e tendências na área.

Objetivo:

Identificar, selecionar e interpretar as variáveis mercadológicas que propiciam a interação da cooperativa com o meio ambiente, desenvolvendo condições de avaliar as situações de mercado e encontrando alternativas que facilitem a tomada de decisão, procurando a solução dos problemas mercadológicos das cooperativas.

Conteúdo Programático:

1 Estratégia Mercadológica para cooperativas

Introdução

Estratégia e Tática

Análise de Mercado

Formulação da estratégia de marketing

2 Desenvolvendo a Estratégia de Marketing e o Mix de Marketing para a cooperativa

Estratégias de Produtos e Serviços – Definição de produto; Classificação de produtos; Decisões sobre produtos e marketing de serviços. Desenvolvimento de Novos Produtos e Estratégias de Ciclo de vida de produtos

Estratégias e Programas de Preços: Estabelecimento do Preço; Adequação do Preço;

Iniciativas e respostas a mudanças de preços.

Canais de Distribuição e Gerenciamento de Logística: A natureza dos canais de distribuição; Comportamento e Organização do Canal; Decisões de Projeto de canal; Decisões de Administração do Canal; Distribuição Física e Administração de Logística.

Varejo, Atacado e Logística de Mercado.

Estratégia Integrada de Comunicação de Marketing: Passos no Desenvolvimento de uma Comunicação Eficaz; Estabelecendo o Orçamento Total e o Mix de Promoção; A mudança das Comunicações de Marketing; A comunicação de Marketing Socialmente Responsável.

3 Implementação e Controle na cooperativa

Formação da Estrutura de marketing

Processo para ação executiva

Auditoria de Marketing

4. Aspectos Atuais, Novidades e Tendências em Marketing para cooperativas

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

CRÚZIO, Helnon De Oliveira. Marketing social e ético nas cooperativas. São Paulo: FGV, 2007.

FERREL, O.C.; HARTLINE, Michael D. Estratégia de Marketing. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi; GARCIA, Maria Tereza (Orgs). Diferenciação e inovação em marketing social: estratégias diferenciadas de marketing aplicadas aos diversos segmentos de mercado. São Paulo, SP: Saraiva, 2007.

Bibliografia Complementar:

BATESON, John E.G. et al. Princípios de marketing de serviços: conceitos, estratégias, casos. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

DUAILIBI, R.; SIMONSEN, J. H. Criatividade e Marketing. São Paulo: Mac- Graw Hill, 2009.

FIGUEIREDO, Celso. Turbine o seu negócio: propaganda para a pequena empresa. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

GIOSA, Lívio. As grandes sacadas de marketing do Brasil. São Paulo: SENAC, 2009.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Marketing de serviços. 5.ed São Paulo, SP: Atlas, 2009.

PINHO, Djalma. Manual de Gestão das cooperativas: uma abordagem prática. São Paulo: Atlas, 2009.

17.9 REDES DE EMPRESAS

Componente Curricular: Redes de Empresas

Código: 60.437

Currículo 9 semestres: Específico II **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Currículo 8 semestres: Específico II **Créditos:** 04 **Horas:** 60

Departamento: Ciências Sociais Aplicadas

Área de conhecimento/aplicação: Administração /Administração

Ementa:

Conceitos de Redes de Cooperação, sua dimensão e evolução. Perspectivas teóricas do estudo de redes. Formas e tipologias e arranjos interorganizacionais. Resultados dos arranjos interorganizacionais. Gestão de Redes. Aspectos atuais e tendências em Redes de Cooperação.

Objetivo:

Analisar e discutir os conceitos que fundamentam as redes empresariais, redes de cooperação e os arranjos interorganizacionais. Proporcionar uma visão sistêmica da formatação das redes empresarias possibilitando o entendimento de seu funcionamento e condições para seu gerenciamento.

Conteúdo Programático:

1 Redes de Empresas e Cooperação

Conceitos fundamentais:

Dimensões da cooperação na sociedade e nas organizações;

Conceitos e evolução histórica do conceito de redes.

2 Perspectivas Teóricas do Estudo de Redes

Economia industrial; abordagem estratégica; dependência de recursos; redes sociais (social networks); custos de transação; abordagens críticas;

Aspectos econômicos e institucionais das redes: modelos de governança econômica: hierarquia, mercado e redes.

Cases e experiências correlatas sobre cooperação, participação e capital social.

3 Tipologias dos arranjos interorganizacionais

Arranjos verticais: a dimensão da hierarquia - redes de distribuição integrada do tipo matriz e filial, franquias, redes de subcontratação;

Arranjos horizontais: a dimensão da cooperação – redes de cooperação, consórcios de empresas, clusters, distritos industriais, pólos tecnológicos;

Arranjos formais: a dimensão contratual - joint-ventures, alianças estratégicas;

Arranjos informais: a dimensão da convivência - redes de pesquisadores, redes de profissionais.

4 Resultados dos arranjos interorganizacionais

O aspecto da aprendizagem coletiva;

O aspecto da inovação em rede;

Os ganhos de escala e de poder de mercado;

A provisão de soluções aos associados;

O acúmulo de capital social e a melhoria das relações sociais; as reduções de custos e de riscos nos investimentos.

5 Gestão de redes de empresas

Mecanismos sociais;

Motivação e comprometimento;

Organização estratégica;

Aspectos contratuais;

Integração com flexibilidade;

Instrumentos avançados de gestão de redes.

6 - Aspectos atuais, novidades e tendências em Redes de Cooperação

Metodologia:

A aprendizagem será garantida mediante métodos que propiciem a construção do conhecimento, levando em conta o conhecimento técnico, a interdisciplinaridade e a diversidade, visando a agregação de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais nos

futuros administradores. Quanto aos recursos e métodos todos os compatíveis e adequados a boa aprendizagem serão disponibilizados incluindo: sala de aula adequada, infraestrutura compatível, seminários, aulas expositivas, trabalhos em grupos, discussões em sala de aula, dentre outros.

Avaliação:

A avaliação será contínua, levando em conta a construção do conhecimento do aluno e seu aprendizado na área. Critérios como a participação, o envolvimento e desenvolvimento das atividades desafiadas para o aluno, a capacidade de entender e se fazer entender bem como a de aplicar o que aprendeu também são considerados formas de avaliação que se juntam a métodos tradicionais como as provas com ou sem consulta, dentre outros.

Bibliografia Básica:

AMATO NETO, J. Redes de cooperação produtiva e clusters regionais. São Paulo, Atlas, 2000.

CASAROTTO FILHO, N.; PIRES, L. H. Redes de pequenas e médias empresas em desenvolvimento local: estratégias para a conquista da competitividade global com base na experiência italiana. São Paulo: Atlas, 1999.

CASTELLS, M. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

Bibliografia Complementar:

ARAÚJO, L. As Relações Interorganizacionais. In: RODRIGUES, Suzana B; CUNHA, Miguel P. Estudos organizacionais: novas perspectivas na administração de empresas: uma coletânea luso-brasileira. São Paulo: Iglu, 2000.

BALESTRIN, A.; VARGAS, L. M. A dimensão estratégica das redes horizontais de PMEs: teorizações e evidências. REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO CONTEMPORÂNEA (RAC), v.8, edição especial, p.203-228, 2004.

BALESTRIN, A. A dinâmica da complementaridade de conhecimento nas redes interorganizacionais. Tese de Doutorado. PPGA – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2005.

DI SERIO, Luiz Carlos (org). Clusters empresariais no Brasil: casos selecionados. São Paulo: Saraiva.

LORANGE, P.; ROSS, J. Alianças estratégicas: formação, implementação e evolução. São

Paulo: Atlas, 1996.

VERSCHOORE, J. R. de S. (Org.). Redes de cooperação: uma nova organização de pequenas e médias empresas no Rio Grande do Sul. Porto Alegre: UFRGS/FEE, 2004.