

PROJETO POLÍTICO PEDAGÓGICO
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

INTRODUÇÃO	4
1 ANTECEDENTES	5
2 CONTEXTUALIZAÇÃO	7
3 IDENTIFICAÇÃO DO CURSO	10
4 REGIME ESCOLAR.....	11
5 LEGISLAÇÃO	12
6 CONCEPÇÃO DO CURSO	12
7 ATIVIDADE PROFISSIONAL DO ADMINISTRADOR.....	14
8 OBJETIVO GERAL	15
9 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	15
10 PERFIL DO EGRESSO	15
11 A PROPOSTA PEDAGÓGICA.....	16
12 METODOLOGIA	20
13 FORMA DE REALIZAÇÃO DA INTERDISCIPLINARIDADE	22
14 O CURRÍCULO	24
15 ORGANIZAÇÃO CURRICULAR.....	25
16 GRADE CURRICULAR	27
17 PRÉ-REQUISITOS DA MATRIZ CURRICULAR.....	30
18 AVALIAÇÃO	32
19 CRITÉRIOS PARA MIGRAÇÃO	35
20 GRADE DE EQUIVALÊNCIAS	36
21 ATIVIDADES COMPLEMENTARES – 240 HORAS	38
22 ESTÁGIO SUPERVISIONADO – 300 HORAS	40
23 TRABALHO DE CONCLUSÃO	50

INTRODUÇÃO

As Instituições de Ensino Superior sentem os impactos das mudanças, e precisam, portanto, assumir seu papel de preparar as pessoas para lidarem e liderarem essas mudanças cuja velocidade acontece de forma rápida e são cada vez mais profundas e complexas e, por este motivo, a Educação Superior é tida como geradora de conhecimento, promovendo o desenvolvimento de competências e habilidades que qualificam as pessoas para agir neste ambiente de mudanças. É através do acesso à educação que se qualifica profissionalmente, permitindo o ingresso e permanência no mercado de trabalho.

A ESADE, focada neste papel, entende que o conhecimento é o caminho para que o estudante torne-se consciente de si mesmo, do próximo e do mundo contribuindo com o objetivo de preparação destas pessoas para o mercado de trabalho tendo como pano de fundo a cidadania, o empreendedorismo, a ética e, sobretudo, a evolução humana. E que, para ir além, é preciso trabalhar as atitudes destas pessoas, que nada mais é do que um caminho para transformar o conhecimento em resultados e acompanhar as mudanças que hoje movimentam a vida moderna. Tanto o conhecimento como as atitudes são resultados de um processo permanente e contínuo de trabalho ao longo da vida.

Assim, a ESADE acredita que é fundamental oferecer, além de uma formação inicial, oportunidades para que seus egressos, mas também a comunidade em geral, tome parte deste mundo do saber através de uma formação continuada ao longo da vida.

Portanto, o Projeto Pedagógico do Curso de Administração, que ora se apresenta como balizador dos conteúdos, métodos e técnicas, utilizados no processo educativo, é um instrumento absolutamente dinâmico, tendo em vista que a mudança constante afeta diretamente o ensino nessa área. E por se tratar de um instrumento dinâmico, é importante que sejam feitas atualizações, pois corre o risco de deixar de servir aos propósitos para os quais foi concebido.

Tendo este cenário, as discussões de revisão do atual Projeto Pedagógico foram embasadas principalmente na Resolução N°4 de 13 de julho de 2005 do Conselho Nacional de Educação que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Administração, publicado no Diário Oficial da União do dia 19 de julho 2005, Seção 1, página 26 e 27.

A nova concepção pedagógica centra-se na capacitação por competências e em atitude investigativa, ensinando a pensar e a decidir. Ensina, a partir da problematização e da visão sistêmica, promovendo o desenvolvimento de atitude investigativa, através da relação teoria-prática que acontece ao longo do curso e não apenas no final, bem como atende os preceitos da legislação em vigor.

1 Antecedentes

A Esade surgiu de um sonho de seu diretor geral, Carlos Klein, que, por volta de 1992, quando fazia seu mestrado em Administração na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, chegou à conclusão de que gostaria de ter uma instituição de ensino e que ela poderia ir além do que já era feito nas áreas de Administração, Direito e Economia.

Em 2001, quando dava consultoria no Grupo Educacional Mutirão, de Caxias do Sul, apresentou a idéia ao diretor da instituição, Orlando Antoninho Chemello, com larga tradição no ensino superior de Administração, e convidou-o para ser seu sócio.

“A Esade deveria ser uma escola de negócios próxima do meio empresarial e, por esse motivo, foi estruturada com diferenciais como o estudo das empresas familiares, do empreendedorismo e das particularidades das pequenas e médias empresas. Formamos uma excelente equipe de professores e conquistamos um reconhecimento importante no Ministério da Educação: o currículo e as instalações da Esade no Campus Bom Conselho foram aprovadas com nota máxima ”- revelam Klein e Chemello (2004).

A Esade surgiu para suprir uma lacuna na área educacional, estimulando atitudes empreendedoras, formando profissionais capazes de inovar e tomar iniciativas. A questão não é ter um curso com o nome de empreendedorismo, pois ser empreendedor não se forma em um curso, trata-se de um jeito de ser que pode ser aplicado em todas as carreiras.

Com este objetivo em mente foi-se construindo passo a passo o que hoje é a Esade. O credenciamento da instituição foi concedido pela Portaria 2385 de 11 de agosto de 2004. No mesmo período foi autorizado o funcionamento do Curso de Administração apresentando quatro Habilitações através da Portaria 2386 de 11 de agosto de 2004. O curso foi autorizado para funcionar no período noturno ofertando 200 vagas anuais, sendo metade delas oferecidas no

primeiro semestre e a outra metade no segundo semestre. Hoje o curso de Administração possui 400 alunos e conta com um grupo de professores altamente capacitados.

Com uma idéia expansionista, sempre vinculada à área empresarial, foi criado o curso de Ciências Contábeis com 50 vagas por semestre sendo autorizado pela Portaria 3332 de 26 de setembro de 2005 e hoje conta com 50 alunos.



Laureate International Universities

Recentemente foi autorizado o funcionamento do curso de Direito pela Portaria 1236 de 05 de julho de 2006, e, mesmo sendo um curso muito novo, já possui 102 alunos matriculados.

A ESADE desenvolve, conforme seu PDI, propostas, serviços especializados para encaminhamento dos assuntos estudantis, promovendo e desenvolvendo uma estrutura de apoio acadêmico facilitando o acesso dos estudantes aos serviços oferecidos pela Escola durante o curso e estendendo-se após a conclusão do mesmo, tendo em vista o desenvolvimento e realização profissional dos egressos. A participação em eventos científicos e culturais também é incentivada podendo ser custeada pela ESADE, desde que estejam ligados aos projetos aprovados pela Coordenação de Ensino, Pesquisa e Extensão.

A ESADE pretende divulgar a produção acadêmica dos seus corpos docente, discente e professores convidados de outras instituições, através de uma revista eletrônica e de eventos organizados pela Escola ou outra instituição congênere que ainda está em fase de planejamento. A revista eletrônica pretende ser um referencial de produção científica para a área, principalmente, na região de sua influência, socializando o conhecimento.

Anualmente, a ESADE tem promovido eventos de caráter cultural e científico que tem como objetivo a promoção do conhecimento nas áreas de interesse dos cursos oferecidos com vistas a sua promoção no seu meio acadêmico e na sua comunidade, como por exemplo, a Semana Acadêmica que é aberta a comunidade.

E foi assim que a Esade consolidou-se, trabalhando para qualificar a oferta de seus cursos e atender uma parcela significativa de pessoas que necessitam estar preparadas profissionalmente, sempre atenta ao que o mercado está a exigir destes profissionais. Por conta dessa preocupação, propõe-se a alteração do projeto pedagógico do curso de Administração que é o mais antigo da instituição e que atualmente sofre com as mudanças constantes do mercado.

2 CONTEXTUALIZAÇÃO

O ensino de Administração vem passando, na última década, por um processo de ampliação do número de cursos e de alunos. Esse crescimento surge em função da ampliação do ensino superior, de uma forma geral, porém verifica-se um maior crescimento nos cursos de Administração. Enquanto o número de matriculados no ensino superior aumentou em 62,2%, entre os anos de 1996 e 2001, o curso de Administração teve um aumento de formandos de 83,3%, de 1996 a 2002 (CFA, 2003).

O modelo de formação profissional hoje vigente não separa estudo e trabalho, exigindo que essas duas dimensões caminhem juntas no tempo. Por conta disso, verifica-se a expansão exponencial do número de cursos de Administração no País advinda do número crescente de pessoas interessadas em cursos de nível superior ofertados por 1.710 Instituições de Ensino Superior (IES), com 576 mil alunos de Administração matriculados, surgindo a necessidade da evolução na gestão desses cursos, bem como a criação de diferenciais nessas ofertas.

Portanto, a reformulação curricular no Curso de Bacharelado em Administração proporciona a adequação do ensino às novas estruturas organizacionais, definidas a partir de novas demandas sociais e organizacionais e ao novo modelo de formação profissional, referido anteriormente.

Acredita-se que a deflagração do processo de revisão, elaboração e implementação do Curso de Administração configuram uma oportunidade de agir com vistas ao alcance do objetivo de manter um quadro qualificado de profissionais que atendam as demandas deste mercado. Através de ações e programas que visam estreitar a relação universidade-empresa, a ESADE proporciona aos seus estudantes uma formação que lhes permite desenvolver uma visão ampla de negócios, com capacidade de entender a sua inserção no mercado, com foco no cliente e também considerando os demais públicos com os quais a empresa se relaciona.

Esse processo se desenvolveu em vários fóruns de discussões de dezembro de 2006 a abril de 2007 junto com o corpo docente e discente.

A proposta atual incorpora o que foi sinalizado durante esse processo, respeitando as particularidades do momento vivido por cada um dos grupos de discussões, e baseia-se nas diversas contribuições emanadas desses grupos, acrescentando, finalmente, a orientação das Diretrizes Curriculares dos Cursos de Administração, homologada em julho de 2005.

As diretrizes curriculares para os cursos de Administração que serviram de base para o desenvolvimento deste trabalho, por sua vez, surgiram de um amplo debate entre profissionais, acadêmicos e representantes do MEC, do Conselho Federal de Administração e suas Regionais

durante, aproximadamente, seis anos e redundaram na homologação da Resolução 004 CES/CNE de 13 de julho de 2005 (DOU de 19/07/2005, Seção 1, p.26). A Resolução 004 CES/CNE regula a formação do Administrador nas diversas instituições de ensino superior e tem como parâmetro a pesquisa sobre o perfil e a formação do administrador, realizada em 2003, sob coordenação do Prof. Rui Otávio Andrade, do Conselho Federal de Administração (CFA, 2005), que mostra um breve panorama da profissão do Administrador na atualidade. A pesquisa permite fazer as seguintes observações:

- No momento da escolha do Curso, os administradores 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, mal formados, deverão trazer prejuízos ao profissional da área;
- A “pulverização” do curso de Administração em outros cursos voltados para algumas de suas disciplinas esvazia-o e aumenta a impressão percebida de que os administradores, já vistos como generalistas, não são especialistas em área quaisquer;
- Os cursos de Administração não estão preparando convenientemente o administrador para enfrentar os desafios do mercado de trabalho, seja pela desatualização de suas disciplinas, 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 sejam públicas ou privadas, 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;
- O setor predominante de atuação dos administradores é o de serviços, que deverá ocupar mais profissionais da área nos próximos cinco anos;
- A legislação que regulamentou a profissão de administrador está defasada, diante do que o mercado de trabalho sinaliza, e algumas áreas que lhe deveriam ser privativas têm sido incluídas na descrição do perfil de outros profissionais;

Apesar de terem sido muitas as expressões citadas como identidade do administrador, a palavra “*articulador*” sobressaiu-se por sintetizar todas as demais. Pode-se definir o

administrador, idealmente, como um profissional com visão sistêmica da organização para promover ações estratégicas e criar sinergia entre pessoas e recursos disponíveis gerando processos eficazes.

Quanto aos conhecimentos necessários ao administrador, constatou-se que a visão ampla, profunda e articulada das áreas de conhecimento teve nítida predominância. A administração estratégica foi o segundo quesito escolhido, indicando compatibilidade com a característica predominante da identidade do administrador (articulador com visão sistêmica). Outra característica importante que o Administrador deve ter é o domínio de outro idioma. A competência de *identificar e solucionar problemas* foi à primeira identificada pelos respondentes como principal atribuição do Administrador, seguida da competência de *desenvolver o raciocínio lógico, crítico e analítico sobre a realidade organizacional*, sem esquecer de assumir *o processo decisório das ações de planejamento, organização, direção e controle*. Relacionamentos interpessoais, visão do todo, criatividade e inovação são as principais habilidades requeridas. Já quanto às atitudes priorizadas, aparece comportamento ético, atitude empreendedora e comprometimento com suas ações.

Com base nessa análise, foram definidas as diretrizes básicas para formação do Administrador nos cursos de bacharelado, incluindo-se a presente proposta.

Como se pode observar, a formação exige a ênfase em competências, que nada mais são do que as capacidades ou saberes em uso e não somente ênfase em conhecimento, como era o modelo anterior.

As Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Graduação em Administração apresentam uma abordagem que atende a diferentes perfis exigidos pela sociedade, nessa “heterogeneidade das mudanças sociais”, sempre acompanhadas de novas e mais sofisticadas tecnologias, a exigir contínuas revisões do projeto pedagógico de um curso para que ele se constitua na caixa de ressonância dessas efetivas demandas, formando um profissional adaptável e com a suficiente autonomia intelectual para que se ajuste sempre às necessidades emergentes.

A formação desse novo perfil pressupõe um embasamento teórico que assegure o desenvolvimento de um conjunto de habilidades e o domínio de conteúdos básicos, que possibilitem, de forma articulada: a compreensão e a interpretação da realidade das organizações; a compreensão do processo de administração de forma integrada, sistêmica e estratégica; a utilização do raciocínio lógico, crítico e analítico; a capacidade de lidar com modelos de gestão inovadores; a capacidade de tomada de decisão em um mundo diversificado e interdependente, através da ordenação de atividades e programas e da seleção de formas e conteúdos adequados às ações previstas (CFA, 2003).

Assim, com base neste perfil desejado, observadas as diretrizes estabelecidas pela nova Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, Lei nº. 9.394/96, capítulo IV da Educação Nacional, e o Parecer CES/CNE nº 67/2003, em consonância com a Resolução CES/CNE nº 04/2005, além das novas exigências sociais políticas e tecnológicas que ora se colocam em nível regional e nacional, propõem-se, neste projeto político-pedagógico, os objetivos, conteúdos, proposta metodológica, proposta de avaliação do ensino-aprendizagem, bem como a bibliografia básica necessária para a preparação deste novo profissional.

3 IDENTIFICAÇÃO DO CURSO

ENDEREÇO DA INSTITUIÇÃO

Rua General Vitorino, 25.

Porto Alegre, RS, 90.020-171.

DENOMINAÇÃO DO CURSO

Curso de Bacharelado em Administração

TITULAÇÃO CONFERIDA

Bacharel em Administração

NÍVEL DO CURSO

Graduação

MODALIDADE DE CURSO

Regime semestral, com sistema de créditos com matrícula por disciplinas.

DURAÇÃO DO CURSO

08 semestres

ÁREA DE CONHECIMENTO

Administração

REGIME ESCOLAR

Regular

PROCESSO DE SELEÇÃO

Semestral

NÚMERO DE VAGAS

200

TURNOS PREVISTOS

Diurno

Noturno

NOME E TITULAÇÃO DO COORDENADOR DO CURSO

Profª M.Sc. Maria da Graça Monteiro Sanchez

ANO DE INÍCIO DE FUNCIONAMENTO DO CURSO

2004

Regime Escolar

A profissão de Administrador é regida pela “Lei Nº 4.769, de 09 de setembro de 1965” e regulamentada pelo Decreto-Lei nº 61.934, de 22.12.1967.

De acordo com a Resolução nº 4 do CNE/CES, Artigo 2º § 3º, os cursos podem optar por Linhas de Formação nas diversas áreas da Administração. As linhas de formação não constituem uma extensão ao nome do curso, como também não se caracterizam como uma habilitação, devendo a mesma constar apenas no projeto pedagógico.

Deverá constar no diploma apenas a titulação de **Bacharel em Administração**.

Compete aos órgãos competentes da Universidade a divulgação correta do nome do curso, onde, não se deve utilizar o nome das linhas de formação sendo os mesmos divulgados da seguinte forma:

Curso de Bacharelado em Administração-Diurno

Curso de Bacharelado em Administração-Noturno

O Curso de Bacharelado em Administração da ESADE é desenvolvido em regime semestral conforme regimento da Instituição, tendo como forma de ingresso o Processo Seletivo de Vestibular e Extravestibular.

O curso de Bacharelado em Administração realiza dois vestibulares por ano:

Vestibular de Verão, com 400 vagas, ingresso no primeiro semestre do ano letivo-diurno e noturno.

Vestibular de Inverno, com 400 vagas, ingresso no segundo semestre do ano letivo-diurno e noturno.

O discente deverá matricular-se no mínimo em doze (12), conforme regimento da ESADE.

4 LEGISLAÇÃO

- Lei 9394/1996 – Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional –LDB.
- Decreto 3.860/2001 – que dispõe sobre a organização do ensino superior, a avaliação de cursos e instituições.
- Parecer CNE/CES 146/2002 – aprova as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Administração e dá outras providências.
- Resolução CNE/CES 01/2004 – estabelece as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Administração.
- Parecer CNE/CES 023/2005 – retifica a Resolução 1/2004, que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de Graduação em Administração.
- Resolução CSE/CNE 004/2005 – Diretrizes Curriculares do Curso de Administração.
- Decreto 5773/2006 – Estabelece as normas para reconhecimento de cursos.

5 CONCEPÇÃO DO CURSO

Ancorado no Plano de Desenvolvimento Institucional da ESADE, o curso de Administração apresenta-se como uma proposta diferenciada de formação do Administrador generalista especialista, abarcando uma complexidade inicial, em que a inserção nos campos da prática profissional tece o significado das reflexões e teorizações que permitirão, por um lado, a consistência generalista e, por outro, uma visão especializada que permite uma introdução gradativa nas especificidades de cada foco.

As intenções desse curso justificam-se, principalmente ao empreender seus esforços construtivos na articulação entre a teoria e a prática gestora e estratégica dos negócios, enquanto base para a formação do profissional competente e alinhado com as necessidades do mundo do trabalho. Esta visão, pertinente por alinhar-se com as necessidades de ampliação da visão de competências e habilidades, é sintetizada no conhecer, fazer, ser e conviver, indispensáveis ao profissional no Século XXI, encontrando-se nas próprias Diretrizes Curriculares propostas para a área de conhecimento. Para isto, faz-se necessário construir uma pedagogia que, aceitando os desafios da Educação Profissional contemporânea, compreenda uma abordagem, além de reflexiva, problematizadora das diferentes realidades vivenciadas pelo estudante, seus orientadores e profissionais, principalmente nas organizações em que trabalham, pois uma tônica do público alvo que se pretende é o fato de já estar inserido em um mercado de trabalho que demanda uma atuação crítico-reflexiva. Isto não coloca em menor importância a necessidade de leitura das diferentes realidades.

Para tanto, busca-se nas realidades vivenciadas e observadas pelos educadores e acadêmicos, os elementos pedagógicos do diálogo complexo, exercitando-se a construção de alternativas de solução e a própria experiência do processo decisório. Espera-se, assim, provocar as rupturas necessárias com o imaginário de que a academia é o lugar privilegiado da teoria e a empresa o lugar da prática.

O diferencial na proposta pedagógica da ESADE, portanto, encontra-se fundamentada na busca desta ruptura, em diferentes níveis, principiando-se por uma sintonia entre o corpo docente e a visão educacional que se propõe. Outro aspecto é a própria concepção do curso e o que se espera em sua dinâmica curricular, focada na interatividade entre docentes, estudantes e mundo do trabalho.

Acredita-se que a boa teoria nasce da leitura crítico-reflexiva da realidade, do exercício pedagógico de construção de estratégias de solução aos problemas práticos que se apresentam: a aprendizagem focada na análise reflexiva dos casos observados na prática. O curso, para tal, deve promover o encontro de seus atores nos campos de prática e abrir-se a estes, articulando, interagindo, compartilhando, em uma dinâmica que faz evoluir a Escola e a empresa, o docente, o discente e os profissionais das organizações filiadas ao processo.

Operacionalizando estes princípios, em consonância com o PDI da Escola, o currículo do curso foca-se em oportunidades de aprendizado nos campos teórico e prático, oferecendo uma formação generalista, porém com vias de aprofundamento em cada ênfase, que permitirão ao estudante especializar-se em uma caminhada inicial de formação, também permitindo que o egresso retorne para complementar a sua formação em outra ênfase, se assim o desejar.

O Curso organiza sua dinâmica didático-pedagógica no sentido de proporcionar oportunidades para que se tornem cidadãos sintonizados com o contexto em que vivem, regional, nacional e internacional. Cidadãos agentes que, além de entenderem, sejam críticos quanto ao contexto em que vivem, tirando desta compreensão e crítica subsídios para uma ação transformadora de suas carreiras e comunidades. Este é o horizonte desejado pela instituição e que se justifica diante de um mundo em permanente mudança, com impactos contínuos no mundo do trabalho, exigindo gestores dinâmicos e com uma visão diferenciada do trabalho, das pessoas e dos diferentes processos, em ciclos complexos de transformação.

Em síntese, a ESADE oferece contextos para a formação de administradores crítico-reflexivos e criativos, cujas ações transformadoras possam dinamizar o desenvolvimento social das comunidades em que vivem.

Na perspectiva do alinhamento com esta base conceptual, o Curso tem como objetivo desenvolver profissionais capazes de empreender negócios com ampla e visão e domínio das ferramentas mercadológicas disponíveis, assumindo funções em empresas, órgãos de classe, fomento ou governamentais. A partir de uma visão generalista, mas com o foco de especialista, permitir que o profissional assuma posições de liderança, planejamento ou gestão de processos mercadológicos de produtos e serviços.

6 Atividade Profissional do Administrador

A regulamentação da Lei nº 4.769/65, no seu capítulo II, artigo 3º, estabelece as seguintes atividades profissionais para o Administrador:

a) elaboração de pareceres, relatórios, planos, projetos, arbitragens e laudos em que se exija 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 seção 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) exercícios de funções e cargos de Administrador do 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) exercício de funções de chefia ou direção intermediária ou superior, assessoramento e consultoria em órgãos, ou seus departamentos, da Administração pública ou de entidades privadas, 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.

7 Objetivo Geral

O Curso de Bacharelado em Administração da ESADE deverá preparar profissionais com formação humanística, técnica e científica compatível com a realidade global em seus aspectos econômicos, sociais e culturais, com capacidade para, em contínuo desenvolvimento profissional, tomar decisões, empreender com competência e atuar interdisciplinarmente na administração das organizações, visando satisfação e bem estar da sociedade, dentro dos princípios de responsabilidade social, justiça e ética profissional.

8 Objetivos Específicos

- Formar profissionais capacitados a participar do processo de globalização de mercados de acordo com os princípios da administração;
- Formar profissionais comprometidos com as relações humanas, éticas, sociais, econômicas de uma empresa capazes de viabilizar soluções para problemas que afetam o desenvolvimento da mesma;
- Formar profissionais capazes de desenvolver pesquisas e assessorar projetos, bem como desenvolver espírito empreendedor;
- Formar profissionais capazes de administrar e assessorar empresas nas áreas de administração;
- Formar profissionais capazes de empregar o conjunto de competências e habilidades provenientes dos saberes e conhecimentos nas áreas das linhas de formação.

9 Perfil do Egresso

As competências para os egressos do curso de Administração da ESADE estão relacionadas com a competência profissional, capacidade de adaptação às novas realidades e

necessidades do mercado, como o trabalho em equipe. Assim, especificamente, são esperadas as seguintes habilidades profissionais do egresso:

- Formação humanística e visão global que o habilite a compreensão do meio social, político, econômico e cultural onde está inserido e a tomar decisões em um mundo diversificado e interdependente;
- Capacidade técnica e científica para atuar na administração das organizações, além de atividades específicas da prática profissional em consonância com as demandas mundiais, nacionais e regionais;
- Competência para empreender, analisando criticamente as organizações, antecipando e promovendo suas transformações, sendo capaz de planejar, coordenar, executar e avaliar atividades relacionadas às organizações e áreas correlatas;
- Capacidade de atuação em equipes multidisciplinares;
- Refletir e atuar criticamente sobre sua atuação profissional e sobre seu impacto no mercado;
- Capacidade de compreensão da necessidade do contínuo aperfeiçoamento profissional e do desenvolvimento da autoconfiança, de forma a assimilar novos conhecimentos e refletir sobre o comportamento ético que a sociedade espera de sua atuação.

10 A Proposta Pedagógica

A ESADE, para concretizar-se, necessita de um currículo significativo, envolvendo docentes e estudantes no contexto de uma práxis como conhecimento e reflexão na ação. O desafio do design curricular encontra-se em uma plataforma inicial, em que os diversos programas e ações acadêmicas possam gerar contextos de aprendizagem, oportunidades de (re) significação das experiências, aprofundamento do conhecimento existente e atualizado e, ainda, a produção de novos conhecimentos, com base na prática pedagógica reflexiva.

Essa concepção a partir da aprendizagem significativa exige um ensino reflexivo, articulador da teoria e prática na dinâmica ação-reflexão-ação, trazendo elementos dos campos de atuação profissional para o contexto acadêmico e destes para àquele, em um processo de prática compartilhada com os profissionais atuantes no mercado. Neste processo, a experiência nas diferentes disciplinas, privilegiará situações-problemas observadas na realidade do mundo do trabalho e trazidas para discussão, ou, ainda, dinâmicas de simulação, sempre contextualizando a prática reflexiva.

A ordem da educação moderna é propor tarefas aos aprendizes que os tornem capazes de identificar, avaliar, reconhecer, questionar; enfim, um trabalho que tenha como objetivo não apenas a transmissão de conhecimentos específicos, mas que, principalmente, venha a formar um “cidadão do mundo”, que necessita de contínua construção por meio de conteúdos integrados de forma progressiva e cumulativa.

Sendo a prática desenvolvida no processo ação-reflexão-ação, o processo avaliativo é parte desta dinâmica, que principia pela leitura da realidade, como diagnóstico, problematizando as práticas do mundo do trabalho para ir a busca, no diálogo formativo, das prováveis alternativas de solução.

A proposta reverte, portanto, o eixo da ótica do ensino para a ótica da aprendizagem, o que lhe confere algumas características peculiares:

- A aprendizagem é organizada a partir do desenvolvimento real de cada estudante: ele é responsável por muitas das decisões que envolvem sua própria educação e a instituição maximiza a sua participação em diferentes instâncias. Este processo principia pelo levantamento de perfil e desejos dos estudantes, mapeando as suas expectativas e as inter-relações com o perfil desejado.
- O educador atua como um mediador, contextualizando atividades e oportunidades para que os estilos individuais de aprendizagem de cada estudante se revelem, sem forçar os estudantes a demonstrar o mesmo desempenho em todas as áreas acadêmicas. Para isto, a diversidade do Currículo, em que ele pode optar por projetos pessoais que podem ser a concretização de suas possibilidades, aprofundando-se em áreas de interesse.
- Uma didática aberta deverá encorajar a aprendizagem "profunda" (compreensão consolidada das matérias, permitindo transferência de conceitos de um domínio para outro) em vez de aprendizagem "de superfície" (memorização de fatos).
- A permanente problematização (“por quê?”) contextualiza a aquisição de competências necessárias para a sobrevivência no mundo moderno (identificar problemas, achar informação, filtrar informação, tomar decisões, comunicar com eficácia) e a compreensão profunda de certos domínios de conhecimento estudados. Para que isto ocorra, é preciso que se operacionalize: momentos de trocas semanais entre estudantes e professores; momento de planejamento quinzenal entre os professores; atuação efetiva dos diferentes conselhos, principalmente de estudantes.
- Uma visão transdisciplinar do mundo (ver e compreender as inter-relações entre as coisas), pela maneira de estudar as matérias e relacioná-las no plano empírico. Para

tanto, alguns complexos temáticos são vitalizantes do processo: processos e gestão de liderança, de pessoas, empreendedorismo, de projetos, da inovação, alguns sendo trabalhados de modo transversal no currículo, como liderança e empreendedorismo, por exemplo.

- Reversão do paradigma educacional, provocando a mudança no papel do professor, que em vez de ser responsável pela transferência de conhecimento, passa a ser responsável pelo "desenho" das atividades a serem realizadas pelos estudantes, os quais assumem um papel ativo e não passivo no desenvolvimento da sua aprendizagem. O estudante manifesta o que deseja aprender e o que vai aprender no semestre. Exige-se para tanto, que seja orientado por um plano de estudos em cada semestre, autogerido e que funciona como sua bússola no processo avaliativo.
- Elaboração de um portfólio de aprendizagem, onde cada estudante sistematiza e gerencia a sua produção. O mesmo é (re) alimentado no processo ativo-reflexivo, em que é avaliado de tempos em tempos, retomando também o plano de estudos.
- Os instrumentos de avaliação devem fornecer informações aos estudantes, permitindo que demonstrem a sua criatividade e segurança com o conteúdo, reorganizando-o, comentando-o, aplicando-o em novas circunstâncias.
- Aprendizagem realizada não pelo "decoreba", mas sim pela participação em projetos organizados em torno de problemas e que levem a "descobertas" pelos estudantes de conhecimentos novos. Uma disciplina de natureza essencialmente prática deverá orientar este processo.
- Aprendizagem mediada por tecnologias da informação e comunicação (TIC), como ferramentas e multimeios de aprendizagem. Associa-se a esta idéia, a perspectiva de um trabalho realizado em colaboração com colegas em ambiente virtual e de Educação a Distância, reconhecendo o fato de que em um mundo cada vez mais complexo, é necessário trabalhar em equipe para poder solucionar problemas.

Essa dimensão aprendente do trabalho pedagógico apresenta forte relação com a partitura desenhada pela ESADE, tanto na interatividade preconizada:

- com o currículo desenvolvido na escola;
- com os conteúdos selecionados;
- com a forma de ensino;
- com as situações de aprendizagem e de avaliação da mesma.

A proposta curricular que se pretende construir de forma diferenciada vincula-se à idéia de dialética entre ensino, pesquisa e extensão, a partir da prática pedagógica como eixo dinamizador das experiências, porém orientadas por princípios de pesquisa-ação, que apontam os focos de aprofundamento temático para os diferentes componentes curriculares, avaliando interfaces na inserção dos estudantes e professores nos campos da prática, enquanto observadores e participantes ativos.

O momento atual passa por uma valorização social da interdisciplinaridade e do “espírito empreendedor” como atributos da formação universitária do administrador. Essa valorização atende diretamente ao novo paradigma técnico-econômico baseado na produção flexível e na utilização integrada e simultânea de conhecimentos com tempos de respostas cada vez mais curtos, bem como a tendência à extinção do vínculo de emprego assalariado. Por conta disso, a capacidade de resolver problemas e evitar que surjam visando à melhoria contínua e integração de ações, parece estar sendo mais valorizada do que especializações, que enfocam operacionalização de áreas específicas sem entender o todo da organização. Portanto, os profissionais generalistas com formação básica sólida ganham mais espaço no mercado competitivo de trabalho, que exige um profissional com visão crítica e capaz de responder rapidamente aos desafios que se impõem.

A proposta pedagógica do curso pauta-se, dessa forma, pela contextualização da prática, reflexão crítica sustentada em referenciais teóricos, na experiência e na ação. Para tanto, a construção dos processos educativos encaminha uma constante interação e interdependência entre a teoria e a prática, além de mobilizar o aluno para ações investigativas envolvendo os atores envolvidos.

A construção dos conhecimentos refletirá o estímulo a atitudes investigativas com e entre os sujeitos envolvidos: alunos, professores e profissionais do mercado.

Como aspectos importantes na metodologia empregada nas diferentes atividades do projeto pedagógico, aponta-se:

- capacitar por competência e não por conteúdo, ensinar a pensar e a decidir;
- ensinar a partir da problematização e visão sistêmica;
- direcionar a carreira através de formação específica;
- possibilitar um vínculo claro entre ensino, pesquisa e educação continuada junto às cadeias produtivas, possibilitado o desenvolvimento regional como forma de integrar o aluno no ambiente no qual se insere;
- apresentar estrutura curricular que contempla a retenção do aluno pela abordagem e aspectos metodológicos diferenciados;

- complexificar progressivamente a realidade para desenvolver a habilidade de tomar decisões.

11 Metodologia

Pela especificidade das temáticas e áreas de conhecimento abrangidas pelo curso e para responder ao desenvolvimento do processo formativo dos alunos, destacam-se, como metodologias e ações ricas para a consecução dos objetivos do curso: projetos de aprendizagem, estudo de casos, oficinas, seminários, jogos de empresa, laboratórios, visitas técnicas, palestras e disciplinas.

- **Projetos de aprendizagem:** metodologia problematizadora que se desenvolve a partir da curiosidade e interesse dos sujeitos da aprendizagem ou grupos, decorrentes dos conflitos e perturbações do próprio estudante. Parte da identificação das dúvidas e certezas sobre o problema a ser investigado. Nessa metodologia, os sujeitos identificam e criam critérios de julgamento sobre a relevância do assunto em relação a determinado contexto.
- **Estudos de casos:** proposta para solução de situações reais e/ou hipotéticas contextualizadas, usadas em sala de aula, para incentivar a discussão de idéias e trocas de experiências entre os discentes e os docentes, além de permitir uma visão mais holística da situação de gestão a partir dos casos apresentados. Essa técnica estará presente em toda a grade curricular como forma de integrar conhecimentos e habilidades focadas na ação de administrar.
- **Oficinas:** espaço para aprofundamento de necessidades específicas identificadas nas atividades que avaliam a aquisição das competências e surgidas no decorrer do desenvolvimento do curso. Poderão ser temáticas articuladoras ou complementares. As oficinas serão implantadas para aproveitamento de horas complementares previstas na formação do administrador.
- **Seminários:** encontros onde os sujeitos envolvidos no processo apresentem e discutam cientificamente investigações ou experimentos realizados; trabalhem sobre um determinado tema, numa determinada área de conhecimento, de forma que todos os participantes possam, de alguma forma, contribuir.
- **Jogos de empresa e dinâmicas vivenciais:** permitirão ao aluno vivenciar situações simuladas da gestão das organizações, estimulando a visão sistêmica e a compreensão dos impactos de suas decisões. Ao discutir as ações em grupo, o aluno será levado a refletir sobre a organização de forma mais sistêmica, entendendo os impactos de diferentes

decisões em outras áreas e no resultado final do negócio. Essa técnica será usada em diferentes fases da vida acadêmica do aluno, pois se compõe de um dos pilares sustentadores da proposta de problematização.

- **Educação à distância:** algumas disciplinas serão ofertadas através de EAD por entender-se que esta tecnologia, aliada a um processo de acompanhamento permanente da vida acadêmica do aluno, facilita o contato com o conhecimento a qualquer hora e lugar e possibilita que um maior número de pessoas tenham acesso ao saber. Tem-se como premissa que o ensino a distância é uma realidade no mercado e que o aluno precisa estar preparado para tal.

A matriz curricular do curso contempla uma variedade de componentes que trabalharão as competências e habilidades com base em complexos temáticos que envolvem conceitos, noções e princípios que, se deseja, sejam apropriados ativamente e com uma visão interdisciplinar, tendo no foco da prática profissional o elo articulador com diferentes metodologias que atuarão de forma integrada. Assim, a sistemática de avaliação precisa abarcar as informações selecionadas para reflexão em cada período do Curso, contemplando a diversidade das disciplinas, mas prevendo também a unicidade qualitativa do sentido, ao mesmo tempo convertendo o resultado para a escala quantitativa prevista no regimento da instituição.

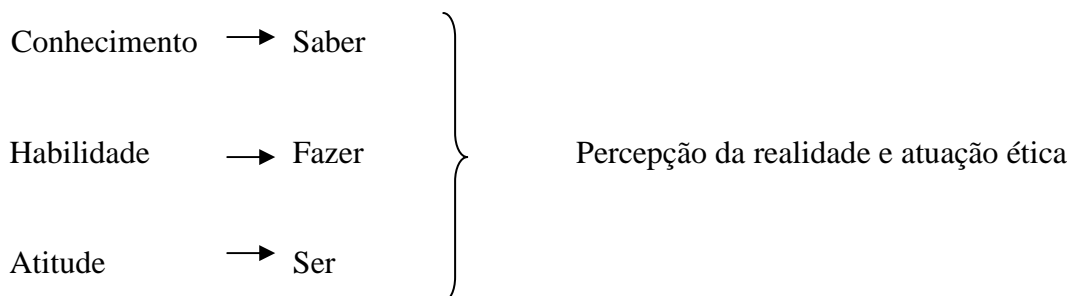


Figura: Conceito de Competência

No decorrer do curso, o processo de ensino-aprendizagem, em movimento espiral, compreenderá o Ciclo de Aprendizagem e as Dimensões da Realidade Organizacional:

O **ciclo de aprendizagem** compõe-se por:

- problema (experiência concreta): capacidade de realização de um diagnóstico sistêmico;
- discussão e reflexão: capacidade de problematização sustentada em uma base teórica;
- aplicação e objetivação: capacidade de escolhas e tomada de decisões para implementação de mudanças;
- apreensão e transposição: capacidade de concretização numa situação real.

O ciclo de aprendizagem se materializa articulando as dimensões da realidade organizacional, quais sejam: Mercado (clientes, concorrentes, fornecedores), Recursos Materiais e Humanos, Visão Estratégica, Processos, Oportunidades, Sociedade e Macroambiente.

Dentro da lógica de problematização, espera-se fortalecer a habilidade de raciocínio sistêmico integrador de conhecimentos e habilidades, que possibilita a aquisição de competências de forma gradual e aprofundada.

Por sua vez, o **projeto pedagógico** articula o ciclo de aprendizagem e as dimensões da realidade organizacional ancorado nas atividades integradoras, por intermédio de múltiplas metodologias e ações interativas, para que nele sejam desenvolvidas as competências propostas. Trata-se de educar para o êxito e para o alcance de resultados. Manifesta-se mediante ação, iniciativa, concretização, transferência, operacionalização e pragmatismo.

12 FORMA DE REALIZAÇÃO DA INTERDISCIPLINARIDADE

A interdisciplinaridade do curso é desenvolvida através de atividades que tratem de todos os conteúdos ministrados nas disciplinas básicas e profissionais, mediante a elaboração de projetos, artigos e publicações, além do estágio distribuído ao longo do curso e o trabalho de conclusão. As atividades de Gerenciamento de Projetos e Formação Profissional são um exemplo disto.

A ESADE incentiva e apóia a pesquisa, extensão e outros procedimentos voltados ao pleno conhecimento ou aperfeiçoamento de métodos ou realidades presentes, bem como a promoção de eventos acadêmico-científicos e intercâmbio com outras instituições de ensino.

Destaca-se que, dentro de uma perspectiva de aprendizado contínuo, optou-se por delinear as atividades transversais e interdisciplinares, ligadas aos campos de atuação profissional, caracterizando-as como direcionamento profissional, em diversas etapas ao longo do curso, ofertadas no segundo, quarto, sexto e oitavo semestre. Assim, espera-se oportunizar ao estudante um aprendizado progressivo, onde o conhecimento adquirido em sala de aula possa ser *pari passu* confrontado com o mundo dos negócios, em permanente atualização profissional específica estabelecida ao longo do Curso integrando-as à diversidade regional e cultural. Cria-se a possibilidade de aprendizado em vias flexíveis e independentes, permitindo que o conhecimento teórico adquira significado singular para o estudante, sendo contextualizado através de experiência prática por ele vivenciada.

Entende-se que, as atividades complementares, previstas no Parecer CES/CNE 134/2003, possibilitam o reconhecimento, sob critérios e situações pré-estabelecidas, das habilidades,

conhecimentos e competências do estudante, adquiridas fora do ambiente acadêmico, incluindo a prática de estudos e atividades independentes e opcionais, oriundas especialmente das relações de partilha com o mundo do trabalho e com as ações de extensão e serviços junto à comunidade. Nesse sentido, propõe-se a definição de um eixo articulador em cada semestre onde as disciplinas serão contextualizadas numa prática reflexiva, crítica e sistêmica que una os diversos conceitos trabalhados ao longo do semestre com um propósito definido num projeto.

A inserção nos campos de atuação profissional, distribuídas ao longo do Curso, desde o início do primeiro ano, visa (re) alimentar continuamente o processo ativo-reflexivo, em uma crescente inserção nas realidades específicas de cada curso. Os componentes curriculares referem-se à ação/atuação/prática profissional, cuja reflexão decorrente deve ser perpassada pelo saber aprender, fazer, ser e conviver. A realidade é um movimento constituído na produção de algo e a teoria a sua conceituação, enquanto atividade humana consciente. Produzir algo no âmbito do ensino significa correlacionar teoria e prática, em tempos e espaços, desde o início do Curso, transcendendo o ambiente acadêmico.

Ressalta-se a necessidade de projetos planejados e avaliados, tendo como referências, objetivos e tarefas claras, relacionando os complexos temáticos desenvolvidos nas diferentes disciplinas de cada período letivo, bem como um foco articulador entre as disciplinas de cada período. Para tanto, o estudante deverá prever em seu plano de estudo o avanço com relação às disciplinas de cada semestre, sistematizando-as na experiência da prática profissional.

Uma das etapas que proporciona a construção destes projetos planejados, mostrando o uso desta técnica, é a atividade de Jogos Empresariais I e II na qual os alunos deverão elencar, em diversas situações, focos de ação para a tomada de decisão através da ferramenta de planejamento e diagnóstico articulando diferentes áreas temáticas.

O Estágio Supervisionado, por sua vez, é um componente obrigatório, que consolida o desempenho profissional desejado ao perfil do egresso. As atividades de estágio, em uma dinâmica de ação-reflexão-ação, poderão ser reprogramadas e reorientadas enquanto se processam, de acordo com os resultados teórico-práticos gradualmente revelados pelo estudante resguardando, como padrão de qualidade, os domínios indispensáveis ao exercício da profissão.

O perfil desejável do graduando pontua algumas das condições para que o Administrador esteja capacitado à compreensão das questões científicas, técnicas, sociais e econômicas da produção e do gerenciamento. Também observe os níveis graduais do processo decisório, apresentando flexibilidade e adaptabilidade nas situações diversas e nos vários segmentos dos campos de atuação de cada ênfase pretendida.

O estágio supervisionado espera, como resultados, revelar em seu processo as competências e habilidades de um perfil de liderança e criatividade, lembrando-se que os contextos situacionais é que as definirão em um conjunto de possibilidades e prioridades e forma gradual por isso a distribuição em três estágios diferentes.

As atividades complementares possuem um papel importante na aplicação da interdisciplinaridade, uma vez, que abarca uma abordagem ampliada em diferentes contextos e que se acumulam como experiência do aluno a sua formação.

E para completar a visão interdisciplinar, tem-se o trabalho de conclusão como uma forma de sistematização dos conhecimentos adquiridos ao longo do curso, produzindo um pensar crítico e analítico sobre a realidade circundante através da definição de uma situação-problema, de uma argumentação e de elaboração de uma solução.

13 O Currículo

O currículo do curso busca atender conteúdos que revelem inter-relações com a realidade nacional e internacional, segundo uma perspectiva histórica e contextualizada de aplicabilidade no âmbito das organizações e do meio através da utilização de tecnologias inovadoras e que atendam aos seguintes campos interligados de formação:

CONTEÚDOS DE FORMAÇÃO BÁSICA: relacionados com estudos sociológicos, filosóficos, psicológicos, ético-profissionais políticos, comportamentais, econômicos e contábeis, bem como tecnologias da informação e de ciências jurídicas.

CONTEÚDOS DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL: relacionadas com áreas específicas, envolvendo teorias da administração, e das organizações e a administração de recursos humanos, administração mercadológica, administração de materiais, produção e logística administração financeira e orçamentária, administração de informação, organização, sistemas e métodos, planejamento empresarial.

CONTEÚDOS DE ESTUDOS QUANTITATIVOS E SUAS TECNOLOGIAS: relacionados com estudos matemáticos e estatísticos, pesquisa operacional e aplicação de tecnologias que contribuam para a definição e utilização de estratégias e procedimentos inerentes a administração.

CONTEUDOS DE FORMAÇÃO COMPLEMENTAR: trata de estudos opcionais de caráter transversal e interdisciplinar para o enriquecimento do perfil profissional. O curso de

Administração ao adotar a filosofia de que a educação é concebida como um instrumento que oferece ao indivíduo a oportunidade de construir sua própria formação intelectual, oportunizará ao discente a flexibilidade curricular através de atividades complementares, as quais poderão ser realizadas em qualquer fase do curso, num total de 240 horas para integralização curricular que serão regidas por regulamentação própria.

O curso terá como egresso um profissional com espírito crítico e investigativo, com postura empreendedora e ética, que invista no autoconhecimento e esteja disposto a “aprender a aprender”, tirando lições e transformando suas ações em experiências para atuar no mundo dos negócios e no desenvolvimento da sociedade.

Dessa forma, acredita-se no desenvolvimento pleno do indivíduo como profissional, estimulando-o a desempenhar seu papel social como administrador. Com esse objetivo, apresenta-se, a seguir, a organização curricular do Curso e suas diversas etapas constitutivas.

14 Organização Curricular

O Parecer CNE/CES n.023/2005, determina as Diretrizes Curriculares dos Cursos de Administração, estabelecendo a extinção das habilitações e o prazo de transição para adaptação dos cursos à luz das DCN's de Administração, bem como a revogação da Resolução CFE n.02 de 04/10/1993. Esse parecer foi confirmado pela Resolução nº.4, de 13/07/2005, que institui as Diretrizes Curriculares Nacional do Curso de Graduação em Administração.

O parecer CNE/CES n.023/2005, em seu artigo 2º, menciona a elaboração do projeto pedagógico do curso fixando seus elementos constitutivos. Além disso, determina que a organização curricular deve apresentar conteúdos que revelem inter-relações com a realidade nacional e internacional, de forma contextualizada e usando tecnologias inovadoras, atendendo aos seguintes campos de formação: conteúdos de formação básica, conteúdos de formação profissional, conteúdos de estudos quantitativos e suas tecnologias e conteúdos de formação complementar.

Com base na Resolução CNE 004/2005, referida anteriormente, propõem-se que o curso de Bacharelado em Administração, se divida em três módulos, articulados entre si e com os três eixos de formação, definidos como: a) Módulo Básico b) Módulo Intermediário e c) Módulo de Ênfases.

Considerar-se-á proficiente em Língua Portuguesa, o estudante que atender a UMA dos quatro condições abaixo especificadas:

- a) atender no conjunto, aos seguintes critérios no Concurso Vestibular:
- acertar, no mínimo, três das cinco questões da prova de Português;
 - obtiver nota mínima 6,0 (seis) na prova de Redação.
- b) obtiver nota mínima 6,0 (seis) na prova de Redação da Seleção Especial
- c) obtiver aprovação na Disciplina de Língua Portuguesa cursada na ESADE e/ou equivalência da mesma, se cursada em outra Instituição de Educação Superior;
- d) obtiver nota sete na Prova de Proficiência em Língua Portuguesa realizada na ESADE

Se o aluno não atender os requisitos de ingresso deverá cursar a disciplina que estará sendo ofertada pela ESADE a cada semestre devendo incluí-la na grade curricular como disciplina eletiva de livre escolha.

A ESADE acredita numa proposta de educação para toda vida através de um modelo articulado de saberes que devem ser atualizados constantemente respeitando as necessidades do aluno, o momento e o contexto. O módulo de ênfases será composto por atividades específicas de uma determinada área funcional da organização como também temas atuais nos quais as empresas necessitam investir para competir num mercado global. Além disso, a linha de formação específica possibilita a ampliação na formação profissional do aluno favorecendo a realização de atividades de livre escolha que contribuam de forma efetiva para uma visão inter e transdisciplinar.

Durante o 6º semestre, serão oferecidas palestras informativas com renomados administradores das respectivas áreas em conjunto com o NOC (Núcleo de Orientação de Carreira), possibilitando conhecimento dos módulos oferecidos e a atuação de profissionais no mercado. Com aconselhamento, o aluno escolherá um dos módulos de ênfase que o prepare para atuar profissionalmente de forma diferenciada, proporcionando a empregabilidade tão sonhada. O módulo de ênfase possibilita ao aluno a realização de um módulo obrigatório para a conclusão do curso de Bacharel, ou a realização de vários módulos, que propiciem a educação continuada com certificação progressiva.

15 Grade curricular

Carga Horária Total: 3.000 h/a

Créditos Totais: 184

Prazo Mínimo: 3 anos

Disciplinas Eletivas: 180 h/a

Prazo Máximo: 12 anos

Disciplina Livre Escolha: 120 h/a

Atividades Complementares: 240 horas

SEM	COMPONENTE CURRICULAR	CR	CH
1	Fundamentos de Administração	4	60
	Ciências Sociais	2	30
	Filosofia e Ética	2	30
	Matemática	4	60
	Marketing Pessoal	4	60
	Métodos e Técnicas de Pesquisa	2	30
	Jogos Empresariais I	2	30
	Sub-total		300
2	Teorias da Administração	4	60
	Introdução ao Marketing	4	60
	Estatística	4	60
	Fundamentos de Psicologia	4	60
	Fundamentos de Contabilidade	4	60
	Sub-total		300
3	Gestão de Custos	4	60
	Matemática Financeira	4	60
	Gestão de Processos	4	60
	Gestão de Conflitos e Técnicas de Negociação	4	60
	Inovação	4	60
	Sub-total		300
4	Gestão de Recursos Materiais e Patrimoniais	4	60
	Empreendedorismo	4	60
	Fundamentos de Economia	4	60
	Gestão de Marketing	4	60
	Gestão de Pessoas	4	60

	Estágio I: Diagnóstico	8	120
	Sub-total		420
5	Gestão de Finanças	4	60
	Gestão de Comércio Internacional	4	60
	Introdução ao Direito	4	60
	Gestão de Operações e Logística	4	60
	Tecnologia e Gestão da Informação	4	60
	Sub-total		540
6	Pesquisa Operacional	4	60
	Plano de Negócios	4	60
	Direito Aplicado na Empresa	4	60
	Orçamento Empresarial e Avaliação de Investimentos	4	60
	Jogos Empresariais II	4	60
	Sub-total		300
	Atividades complementares – deverão ser realizadas até o sexto semestre		240
7	Gestão da Empresa Familiar	4	60
	Eletiva I - Específica I	4	60
	Eletiva II - Específica II	4	60
	Eletiva III - Livre Escolha	4	60
	Gestão de Projetos	4	60
	Sub-total		300
8	Administração Estratégica	4	60
	Ciência Política	4	60
	Responsabilidade Social	4	60
	Eletiva IV - Específica III	4	60
	Eletiva V - Livre Escolha	4	60
	Estágio II - Intervenção	12	180
	Trabalho de Conclusão	4	60
	Sub-total		540
TOTAL		184	3000

Marketin	Pesquisa e Comportamento	Gestão do Composto de Comunicação e Promocional	Gestão de Vendas	Desenvolvimento e Gerência de Produtos e Serviços
Pessoa	Relações de Trabalho e do Empregatício	Cultura, Comportamento e Mudança	Desv. Pessoas	Avaliação de Pessoas e Resultados
Finança	Auditoria	Contabilidade Av. Internacional	Controladoria	Mercado de Capitais
COME	Sistemática de Exportação e Importação	Legislação do Comércio Internacional	Marketing Internacional	Teoria e Prática Cambial

Legenda:

CR = créditos

OFI= oficinas

AC= atividades complementares

EST= estágio curricular

EAD= Educação semipresencial

C/H= carga horária

16 Pré-requisitos da matriz curricular

SEM	Disciplina	Pré-Requisitos
1	Fundamentos de Administração	-
	Ciências Sociais	-
	Filosofia e Ética	-
	Matemática	-
	Marketing Pessoal	-
	Métodos e Técnicas de Pesquisa	-
	Jogos Empresariais I	-
2	Teorias da Administração	Fundamentos de Administração
	Introdução ao Marketing	-
	Estatística	Matemática
	Psicologia das Relações Humanas	Marketing Pessoal
	Fundamentos de Contabilidade I	-
3	Gestão de Custos	Fundamentos de Contabilidade I e Matemática
	Matemática Financeira	Matemática
	Gestão por Processos	Fundamentos de Administração
	Gestão de Conflitos e Técnicas de Negociação	Psicologia das Relações Humanas
	Inovação	Introdução ao Marketing
4	Gestão de Recursos Materiais e Patrimoniais	Gestão por Processos
	Empreendedorismo	Psicologia das Relações Humanas
	Fundamentos de Economia	Matemática
	Gestão de Marketing	Introdução ao Marketing e Gestão de Custos
	Gestão de Pessoas	Psicologia das Relações Humanas

	Estágio I: Diagnóstico	70 créditos
5	Gestão de Finanças	Gestão de Custos e Matemática Financeira
	Gestão de Comércio Internacional	Fundamentos de Administração e Fundamentos de Economia
	Introdução ao Direito	
	Gestão de Operações e Logística	Gestão de Recursos Materiais e Patrimoniais
	Tecnologia e Gestão da Informação	Gestão por Processos
6	Pesquisa Operacional	Estatística e Gestão de Operações e Logística
	Plano de Negócios	Empreendedorismo
	Direito Aplicado na Empresa	Introdução ao Direito
	Orçamento Empresarial e Avaliação de Investimentos	Gestão de Finanças
	Jogos Empresariais II	Jogos Empresariais I e 80 créditos
	Atividades complementares (deverão ser realizadas do 1º ao 6º Semestre)	
7	Gestão da Empresa Familiar	100 créditos
	Gestão de Projetos	100 créditos
	Eletiva I – Específica I	100 créditos
	Eletiva II – Específica II	100 créditos
	Eletiva III – Livre Escolha I	-
8	Administração Estratégica	Orçamento Empresarial e Avaliação de Investimentos
	Ciência Política	100 créditos
	Trabalho de Conclusão	120 créditos
	Eletiva - Livre Escolha II	-
	Responsabilidade Social	-

	Eletiva III – Específica III	100 créditos
	Estágio II: Intervenção	Estágio I e 80 créditos

17 Avaliação

Para ajudar o professor na identificação e interpretação do que é significativo no aprendizado do aluno, nas sugestões de atividade de ensinar e aprender, devem ser organizados didaticamente os alvos-centrais das unidades temáticas, temas e projetos e marcos, ou sejam, pontos importantes de cada atividade que convergem para os alvos. Estes objetivos se traduzem em noções, conceitos, habilidades, valores e atitudes que se pretende desenvolver com o trabalho em cada área do conhecimento, tanto no que se refere a sua especificidade quanto ao que tem de comum com as outras áreas. O orientador encontra-se nas competências e habilidades pretendidas em cada atividade planejada. Vale ressaltar que os alvos não são pontos de chegada, definitivos e acabados; por isso, um alvo pode ser identificado como um marco, em determinado momento. O que importa é não perdê-los de vista na atividade cotidiana de sala de aula e nos registros dos estudantes e do docente.

A princípio, parece impraticável registrar o desempenho de todos os estudantes da classe em relação aos marcos de aprendizagem em cada momento, por isso, é necessário contar com eles nesta tarefa, apurando o processo de auto-avaliação da própria aprendizagem. As atividades, sendo cuidadosamente organizadas em temas, projetos e unidades temáticas, constituem blocos de situações de ensino-aprendizagem que guardam relações entre si e não se esgotam em uma ou duas aulas. Assim, é possível também ao docente dedicar atenção a alguns estudantes por vez, registrando o que foi observado de forma organizada (o que pode ser feito em um caderno, pasta ou ficha que contenha, por exemplo, uma folha para cada estudante). Os registros podem assumir as mais diversas formas, em geral sintéticas, mas devem permitir ao professor reconstituir a situação vivida, relatando as dificuldades manifestadas pelos estudantes, dando pistas para planejar o que deve ser feito para ajudá-los nas atividades subsequentes.

Pequenas avaliações, porém freqüentes, permitem evitar interpretações inadequadas e injustas, como aquelas que somos induzidos a fazer quando ficamos restritos a momentos pontuais de avaliação; o processo de aprendizagem não linear e, por vezes, alguns estudantes parecem estacionar, ou mesmo recuar no processo de crescimento. Só é possível compreender o que acontece se houver atenção contínua a suas idas e vindas.

É imprescindível também registrar o andamento da classe como um todo: a reação de maior ou menor interesse, a dificuldade em relação a um determinado conteúdo ou atividade etc. Isso ajudará na reflexão sobre o próprio trabalho, no planejamento das aulas futuras e numa condução mais adequada da classe.

O término de um tema ou projeto é momento oportuno para um balanço geral da caminhada dos estudantes em relação aos alvos pretendidos; pode ser o momento de uma apreciação global da classe, do crescimento de cada indivíduo durante o tempo de desenvolvimento do tema ou projeto, e da apreciação da própria atuação docente.

As informações sobre o processo de aprendizagem dos estudantes devem ser compartilhadas com eles próprios e com os outros professores da turma. Quanto mais tiverem consciência de sua aprendizagem, sobre o que aprenderam, o que fizeram para aprender, a relevância do conhecimento apropriado e o que foi mais fácil ou difícil e o porquê, mais autônomos se tornarão para realizar futuras aprendizagens. Quanto mais os professores discutirem entre si os avanços da turma e de cada estudante, em relação aos grandes pontos de chegada, mais fiel e completa será a avaliação dos estudantes. Dessa forma, a equipe docente poderá ter pistas preciosas para conduzir seu trabalho na direção desejada. Quanto mais freqüentemente isto ocorrer, mais acertadas serão as suas decisões.

Portanto, a avaliação sugerida pretende ser consistente e exequível na tônica da ação-reflexão-ação. Mesmo sabendo dos impasses decorrentes da mudança de enfoque e de prática, considera-se possível aos docentes caminharem num referencial qualitativo, baseando-se na observação e no registro. Importa, para isso, garantir reflexão coletiva sobre o currículo, sua seleção e organização, o trabalho docente e a aprendizagem dos estudantes. Quando o docente reflete sobre os componentes curriculares e a sua estrutura mais geral, torna-se capaz de organizar o ensino e a avaliação de forma coerente, tendo como foco a aprendizagem significativa. Assim, pode direcionar o trabalho para um rumo comum, sem esperar respostas homogêneas, nem, muito menos, sujeitos homogêneos. O processo pode ser difícil, mas deverá ser assumido por seus agentes, tornando a prática menos mecânica e mais rica de oportunidades e, conseqüentemente, de sentido, tanto para a aprendizagem dos estudantes, quanto para o desenvolvimento profissional dos professores.

A escolha da sistemática processual de avaliação, seguindo as características de uma espiral reflexiva, deve ser acordada pelo docente e seus estudantes, tendo como referência os objetivos e metas traçados no *contrato pedagógico* que se estabelece no primeiro encontro, onde são definidos inicialmente os aspectos mais relevantes para a formação em cada momento do programa proposto.

Sem que se pretenda definir *a priori* os instrumentos de avaliação, estes poderão ser variados, incluindo:

- provas, trabalhos escritos, organização de seminários, etc.;
- identificação e análise de situações complexas e/ou problemas;
- projetos de investigação para solução de problemas concretos;
- projetos de trabalho;
- propostas de intervenções;
- planeamento de situações práticas a partir de um modelo teórico estudado;
- análise crítica sobre aspectos estudados, discutidos e/ou observados;
- participação em atividades de simulação;
- estudos de casos;
- simulações.

A concepção de avaliação considera também os processos subjetivos e intersubjetivos, permitindo identificar as dimensões daquilo que é avaliado, diferentes pontos de vista, particularidades e limitações, reservando um espaço essencial para a auto-avaliação, que favorecerá o estabelecimento de metas e exercício da autonomia em relação à própria formação.

De qualquer forma, o processo de avaliação deve apoiar-se em indicadores e índices de desempenho individual e grupal, acordados pelos docentes do Curso em cada período letivo, com foco no desenvolvimento de competências obtidas pela participação dos estudantes nas atividades regulares do Curso, atuando efetivamente na produção do conhecimento profissional. Por outro lado, foca-se também no comportamento, como posturas e valores desenvolvidos no processo de aprendizagem reflexiva.

De acordo com o Regimento Geral da Instituição, a avaliação do processo ensino-aprendizagem é realizada por disciplina, abrangendo aspectos tanto técnicos como atitudinais. Portanto a avaliação deve compreender um processo complexo composto por provas de conhecimento, projetos de ensino, atividades práticas e vivenciais que conduzam a avaliação por competências.

O aluno deve ter frequência mínima de 75% (setenta e cinco por cento) das aulas, e, a avaliação do conhecimento é realizada mediante a realização de pelo menos 02 (duas) verificações, distribuídas ao longo do período, sem prejuízo de outras verificações de aula e trabalhos previstos no plano de ensino da disciplina.

A média aritmética das verificações constitui as notas semestrais, considerando aprovado o aluno que obtiver nota semestral igual ou superior a 7,0 (sete).

O aluno que obtiver média semestral inferior a 7,0 (sete) e igual ou superior a 3,0 (três), submeter-se-á a um exame, versando sobre toda a matéria lecionada no período. Considerar-se-á definitivamente reprovado o aluno que obtiver média semestral inferior a 3,0 (três).

Considerar-se-á aprovado o aluno que, após realizar o exame, obtiver média igual ou superior a 6,0 (seis), resultante da divisão por 2 (dois), da soma da nota semestral com a do exame.

18 Critérios para migração

A nova grade curricular deverá ser implantada a partir de julho de 2007. Portanto, para os alunos que ingressarem no vestibular de julho de 2007 já estará valendo o novo formato de curso sem as habilitações.

Para os alunos que ingressaram antes deste período haverá incentivo para que migrem para o novo curso em razão das inúmeras vantagens que a nova grade proporciona sendo possível o aproveitamento total das atividades já cursadas.

A seguir tem-se uma análise comparativa do currículo atual com o currículo proposto para a avaliação por parte do aluno e decisão pela migração:

Fator	Currículo Atual	Currículo Novo
Nº de créditos	185	184
Nº de horas do curso	3330	3000
Habilitação	Sim	Não
Ênfases	Não	Sim
Nº de opções para a formação específica	4	4
Educação Continuada	Não é estimulada	É estimulada
Educação à distância	Não está presente no projeto	Está presente no projeto em até 20% da carga horária do curso.
Escolha da ênfase	Não há uma orientação definida no transcorrer do curso, mas sim no ingresso do vestibular.	Há uma orientação para a escolha da ênfase no 6º semestre onde o aluno já tem melhores condições de optar, pois conhece um pouco de

		cada área.
Prazo de conclusão	4 anos	4 anos

19 Grade de Equivalências

SEM	Grade Nova	Grade Atual
1	Fundamentos de Administração	Teorias da Administração I
	Ciências Sociais	Sociologia Aplicada
	Filosofia e Ética	Filosofia e Ética
	Matemática	Matemática Aplicada
	Marketing Pessoal	Atividades Complementares I
	Métodos e Técnicas de Pesquisa	Métodos e Técnicas de Pesquisa
	Jogos Empresariais I	Tópicos Especiais em Administração I
2	Teorias da Administração	Teorias da Administração II
	Introdução ao Marketing	-
	Estatística	Estatística Aplicada
	Psicologia das Relações Humanas	Comportamento Humano na Empresa
	Fundamentos de Contabilidade I	Contabilidade Aplicada
3	Gestão de Custos	Gestão de Custos
	Matemática Financeira	Matemática Financeira
	Gestão por Processos	Organização, Sistemas e Métodos
	Gestão de Conflitos e Técnicas de Negociação	Técnicas de Negociação
	Inovação	Gestão do Conhecimento e Inovação
4	Gestão de Recursos Materiais e Patrimoniais	Gestão de Recursos Materiais e Patrimoniais
	Empreendedorismo	Empreendedorismo
	Fundamentos de Economia	Economia
	Gestão de Marketing	Gestão de Marketing
	Gestão de Pessoas	Gestão de Pessoas

	Estágio I: Diagnóstico	Estágio Supervisionado I
5	Gestão de Finanças	Gestão Financeira
	Gestão de Comércio Internacional	Gestão de Comércio Internacional
	Introdução ao Direito	Introdução de Direito
	Gestão de Operações e Logística	Gestão da Produção e Operações
	Tecnologia e Gestão da Informação	-
6	Pesquisa Operacional	Pesquisa Operacional
	Plano de Negócios	Plano de Negócios
	Direito Aplicado na Empresa	Direito Empresarial
	Orçamento Empresarial e Avaliação de Investimentos	-
	Jogos Empresariais II	Tópicos Especiais em Administração II
	Atividades complementares (deverão ser realizadas do 1º ao 6º Semestre)	
7	Gestão de Projetos	Elaboração, Avaliação e Gestão de Projetos
	Gestão da Empresa Familiar	Gestão da Empresa Familiar
	Eletiva I	-
	Eletiva II	-
	Eletiva III – Livre Escolha	-
8	Administração Estratégica	Planejamento Estratégico e Política de Negócios
	Ciência Política	-
	Responsabilidade Social	Gestão Ambiental e Responsabilidade Social
	Livre Escolha	-
	Eletiva III	-
	Estágio II: Intervenção	Estágio Supervisionado II

	Trabalho de Conclusão	Trabalho de Conclusão
--	-----------------------	-----------------------

Disciplinas que não tem equivalência direta no currículo atual que serão aproveitadas como eletivas, de livre escolha ou atividades complementares se o aluno assim o desejar:

- Comunicação e Expressão Aplicada
- Direito Trabalhista e Previdenciário
- Tópicos Especiais em Administração III
- Orientação para Elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso
- Tópicos Especiais em Administração IV
- Trabalho de Conclusão de Curso II

O pedido de avaliação de aproveitamento de créditos diferente do proposto na grade de equivalência para efeitos de migração deverá ser efetuado até 2008/1.

20 ATIVIDADES COMPLEMENTARES – 240 horas

As atividades complementares serão integralizadas do 1º ao 6º período, sendo o aluno responsável pela entrega da cópia dos documentos que comprovem sua realização para avaliação da Coordenação.

Serão aceitos como atividades complementares, após o ingresso do aluno no curso de Administração, os itens abaixo relacionados sendo necessária sua comprovação mediante certificado ou declaração.

As atividades complementares totalizam 240 horas, sendo validadas 1/3 das horas (80 horas) em cada subgrupo, a saber:

- I) experiência prática
- II) produção intelectual
- III) participação em atividades de aprimoramento

Serão consideradas atividades complementares do grupo I:

- Estágio Extra Curricular
- Atividades Voluntárias
- Monitoria: encaminhamento do Relatório de Atividades devidamente assinado pelo professor orientador ao Colegiado de Curso.

- Participação em projetos de pesquisa.
- Projeto de consultoria.
- Atuação em Empresa Junior
- Intercâmbio.

Serão consideradas atividades complementares do grupo II:

- Grupos de Estudos e Atividades Independentes
- Ministrante de cursos, palestras, seminários
- Apresentação de trabalhos em congressos, seminários e fóruns
- Elaboração de projetos
- Publicações em Revistas e Anais de Congressos
- Produção de Vídeos e/ou material audiovisual
- Exposição em feiras e correlatos

Serão consideradas atividades complementares do grupo III:

- Participação em Seminários, Congressos, Fóruns, Encontros, Palestras, Workshops
- Realização de Cursos de treinamento
- Semana Acadêmica
- Disciplinas Eletivas que não constem da grade curricular mínima.
- Disciplinas cursadas que não serão aproveitadas na migração para a nova matriz curricular.

As atividades não previstas deverão ser avaliadas pela Coordenação do Curso.

21 ESTÁGIO SUPERVISIONADO – 300 horas

O estágio supervisionado é obrigatório e será desenvolvido ao longo do Curso de Administração, dividido em duas etapas:

O Estágio Supervisionado 1: será realizado no 4º semestre do curso, com carga horária de 120 horas, visando à familiarização do aluno com a realidade empresarial e a aquisição de uma visão crítica do ambiente empresarial, a partir da observação do que ocorre na práxis administrativa e organizacional. Este estágio poderá ser desenvolvido em organizações públicas, privadas ou não-governamentais de qualquer ramo de atividade. O aluno terá todas as disciplinas da formação básica e profissional visando à atuação em organizações, podendo propor mudanças para os fenômenos observados.

O Estágio Supervisionado 2: será realizado pelo aluno até o 8º semestre do Curso, com carga horária de 180 horas, tendo concluído todas as disciplinas da formação básica e profissional visando à atuação em organizações, devendo respaldar-se pela intervenção na realidade com a intenção de propor mudanças para o crescimento e aprimoramento organizacional.

MANUAL DE ESTÁGIO

1 Denominação

O Estágio Supervisionado é parte integrante dos cursos de Administração e condição indispensável para sua conclusão.

O Estágio Supervisionado consiste no trabalho, dentro do campo da Administração, que o aluno deve executar em uma organização pública ou privada sob orientação de um supervisor com o objetivo de aplicar os conhecimentos adquiridos no transcorrer do curso. Entende-se por estágio as atividades didáticas programadas, orientadas e avaliadas pela instituição de ensino, fora do contexto acadêmico, que proporcionem aprendizagem social, profissional e cultural aos alunos regularmente matriculados no Curso de Graduação em Administração, sem vínculo empregatício, podendo compreender remuneração ao acadêmico, conforme a empresa. (Decreto nº 87497/82 que regulamenta a Lei nº 6494/77)

O estágio Supervisionado do Curso de Administração será individual e se realizará sob orientação direta dos professores supervisores.

2 Objetivos

São objetivos do estágio:

- Proporcionar aos estudantes um aprendizado com a realidade, propiciando a complementação do ensino e da aprendizagem;
- Proporcionar uma visão abrangente e crítica da profissão para a qual está se preparando;
- Contribuir na preparação do estudante para o início de suas atividades profissionais;
- Possibilitar uma interação entre o meio acadêmico e a sociedade;
- Aplicar os conhecimentos acadêmicos na vivência prática.

3 Tipos de Estágio

ESTÁGIO EXTRACURRICULAR – pode ser realizado em qualquer fase do curso, com duração mínima de 80 horas, podendo ser considerado Atividade Complementar.

ESTÁGIO SUPERVISIONADO – estágio obrigatório que será desenvolvido ao longo do Curso, dividido em duas disciplinas: Estágio 1 - Diagnóstico e Estágio 2 – Intervenção para o Curso de Administração.

O aluno deverá matricular-se nas referidas disciplinas, cumpridos os pré-requisitos previstos no currículo, em época estabelecida pelo calendário acadêmico, tendo a duração mínima de 2 semestres letivos, totalizando 300 horas.

4 Local do Estágio

O estágio será realizado em organização pública ou privada nas diversas áreas pertencentes ao campo da Administração.

Fica a cargo do aluno a escolha do local da realização do estágio, sendo organizações públicas, privadas ou não governamentais (organizações concedente) que satisfaçam aos objetivos do estágio. É requisito o estabelecimento de convênio.

O aluno poderá realizar estágio no seu local de trabalho, desde que desempenhe atividades relacionadas com sua área de formação apresentando um plano de estágio que deverá ser acompanhado.

5 Supervisão de Estágio

As atividades do estagiário serão acompanhadas e/ou orientada por dois supervisores, sendo um deles no local de estágio e o outro um professor supervisor de estágios.

5.1 Supervisão no local de estágio – deverá ser um profissional responsável pelo setor onde o estagiário desempenhará suas atividades ou pela própria organização, que se disponha a supervisionar e orientar as atividades do estudante na organização, acordado mediante o Termo de Compromisso do Supervisor no Local de Estágio (Anexo 2).

Funções do Orientador local de Estágio:

- Orientar e supervisionar o estagiário em seu programa de trabalho e em suas atividades de estágio, quando solicitado;
- Apresentar aos professores supervisores de estágio eventuais problemas do estagiário em seu local de estágio;
- Avaliar o comportamento do estagiário sob o ponto de vista ético e técnico, encaminhando os resultados ao professor supervisor de estágio, mediante o Acompanhamento e Avaliação do Estagiário pelo Orientador Local de Estágio (Anexo 3) ou instrumento específico da instituição, incluindo uma nota final de 0 a 10.

5.2 Professores Supervisores de Estágio – a supervisão de estágio será realizada por professores da Instituição nomeados para este fim.

Funções dos professores supervisores:

- Planejar, coordenar, supervisionar e avaliar as atividades relacionadas com estágios;
- Aprovar o programa de estágio;
- Manter contato com as organizações, buscando vagas para atender as necessidades dos alunos;
- Acolher as propostas feitas por organizações, para a realização de estágios a fim de compatibilizá-las com as necessidades de formação dos alunos;
- Divulgar as ofertas de estágio e encaminhar os interessados à organização concedente, através de Carta de Apresentação do Aluno (Anexo 1);
- Realizar reuniões com os alunos para discutir e debater as experiências
- Avaliar o estágio e emitir o parecer final;

- Enviar ao supervisor do estágio na organização os documentos de Acompanhamento e Avaliação do Estagiário pelo Supervisor no Local de Estágio (Anexo 3) e Termo de Compromisso de Estágio (Anexo 4);
- Interagir com o supervisor no local de estágio visando o acompanhamento do desempenho do estagiário.

6 Responsabilidades dos Estagiários

- Elaborar e encaminhar o Programa do Estágio (Anexo 5) para o professor supervisor de estágio, no semestre anterior às disciplinas;
- Executar as atividades conforme o plano, levando em conta as normas da organização;
- Elaborar o Relatório Final de Estágio (Anexo 6) e entregar na data prevista aos professores supervisores de estágio;
- Atuar conforme princípios éticos e morais.

7 Programa de Estágio

Em data estabelecida pelo Supervisor de Estágio, o aluno deverá entregar um Programa de Estágio onde deverá constar sua assinatura e a do seu orientador interno, bem como conter o carimbo da organização com o número do CGC. O programa deverá ser encaminhado ao Supervisor de Estágio e ao orientador interno da organização para aceite e acompanhamento das atividades..

O aluno poderá estagiar em uma ou mais organizações desde que cumpra as atividades previstas no programa de estágio. Havendo alterações, o aluno deverá informar ao Supervisor de Estágio através de documento próprio.

O aluno deverá entregar um relatório parcial, assinado pelo Orientador Local que será aprovados ou não pelo Supervisor de Estágio e computará na nota final do estágio. O relatório final deve ser entregue ao Supervisor de Estágio em data a ser fixada a cada semestre devendo conter assinatura e carimbo de CGC da organização onde foi realizado o estágio.

A interrupção do estágio será permitida em casos especiais devendo o aluno comunicar por escrito justificando a necessidade da suspensão. O Supervisor de Estágio analisará cada caso emitindo um parecer e orientará o aluno sobre como proceder para continuidade e retomada do estágio.

Avaliação de Estágio

O Supervisor de Estágio procederá à avaliação do aluno baseado nos relatórios apresentados, bem como sua observação quanto ao interesse, iniciativa e cumprimento dos prazos estabelecidos.

O Orientador Local participará da avaliação fornecendo dados relativos ao trabalho desenvolvido pelo aluno utilizando a ficha de avaliação padronizada.

O estágio será avaliado a partir do documento de Acompanhamento e Avaliação do Estagiário, variando a nota final de 0 a 5, sendo assinada pelo Orientador Local e entregue ao Supervisor de estágio pelo aluno; e pela entrega do programa e relatórios, parcial e final, com notas que variam de 0 a 5, avaliada pelo Supervisor de Estágio.

O parecer final sobre o estágio levará em conta os aspectos mencionados acima e será expresso pelos conceitos:

Reprovado – de zero a 5,9

Aprovado – de 6,0 a 7,9

Aprovado plenamente – de 8,0 a 9,5

Aprovado com Distinção – de 9,0 a 10,0.

Das Disposições Finais

Os casos omissos serão resolvidos pelos professores supervisores de estágio.

8 Documentação

Ficam instituídos os seguintes documentos que terão como objetivo instrumentar o processo de estágio os quais encontram-se anexo.

Anexo 1 - Carta de Apresentação do Aluno

Anexo 2 - Termo de Compromisso do Supervisor no Local de Estágio

Anexo 3 – Acompanhamento e Avaliação do Estagiário pelo Supervisor no Local de Estágio

Anexo 4 – Termo de Compromisso de Estágio

Anexo 5 - Programa de Estágio

Anexo 6 – Roteiro do Relatório Final de Estágio

Anexo 1 - Carta de Apresentação do Aluno

À(o)

Ref.:

Aluno: _____

Assunto: _____

Prezados Senhores,

Atendendo solicitação do(a) aluno(a) em referência, informamos que o(a) mesmo(a) é estudante da ESADE, estando matriculado(a) na disciplina Estágio Supervisionado em _____ do curso de _____ que compõe-se de 120 horas.

Caso essa organização aceite o(a) referido(a) como estagiário(a), solicitamos que seja indicado um supervisor para que possa acompanhá-lo(a) no desenvolvimento de suas atividades de estágio.

Agradecemos a atenção e a valiosa contribuição de V. S.as., possibilitando ao(a) aluno(a) a oportunidade de realização do referido Estágio.

Atenciosamente,

Professor Supervisor de Estágio



Laureate International Universities®

Anexo 2 – Termo de Compromisso do Orientador Local de Estágio

Pelo presente instrumento, eu _____, da organização _____ possuo disponibilidade e me comprometo em supervisionar o (a) aluno (a) _____ do Curso de _____ da ESADE, no período de __/__/__ a __/__/__, conforme o Manual de Estágio.

Orientador Local

Anexo 3 – Acompanhamento e Avaliação do Estagiário pelo Orientador Local

Prezado Srs,

Conforme previsto no Manual de Estágio, estamos enviando a avaliação do estagiário sob sua supervisão. Por favor, preencha essa avaliação e a envie, no final do estágio, para o seguinte endereço:

ESADE

Rua General Vitorino, 25

Porto Alegre

Nome do Estagiário:.....

Curso:.....

Nome do Orientador Local:

Data//

Avalie o estagiário, de acordo com cada situação específica, colocando uma nota de zero a cinco.

ITENS	Nota
Integração do estagiário ao ambiente e normas da organização	
Assiduidade, pontualidade e comprometimento	
Responsabilidade na realização das atividades de estágio conforme o planejado	
Aplicação de conhecimentos e habilidades em situações concretas e reais	
Capacidade de apresentar sugestões/ iniciativa	
Preparo técnico para as atividades	

Atenciosamente,

Supervisor de Estágio

Anexo 5 – Programa de Estágio

1. IDENTIFICAÇÃO DO ESTAGIÁRIO:

Nome:

Matrícula:

2. CARACTERIZAÇÃO DA INSTITUIÇÃO CONCEDENTE:

Razão Social:

Endereço (Rua / Av. , cidade, CEP) :

Telefone, Fax, E-Mail, Home Page:

Ramo de Atividade:

Número Total de Funcionários:

3. Orientador DE ESTÁGIO:

3.1 No local de estágio:

Nome do Supervisor:

Área de Atuação:

Cargo / Função:

Formação (Curso de maior nível)

3.2 No Departamento de Administração

Nome do Professor Supervisor:

4. PLANEJAMENTO DAS ATIVIDADES NO ESTÁGIO

Áreas sobre as quais versará o estágio e etapas e que se desenvolverão as atividades do estágio

4.1 Período de Realização: ____ / ____ / ____ à ____ / ____ / ____

4.2 Carga Horária:

Objetivo(s) :

4.4 - Atividades a serem desenvolvidas e Resultados esperados:

____ / ____ / ____

Assinaturas:

Estagiário

Orientador Local

Supervisor de Estágio

Anexo 6 – Roteiro de Relatório Parcial e Final de Estágio

Relatório Parcial

- 1- Relatório do período dea
- 2- Nome do Estagiário
- 3- Nome da Organização
- 4- Estágio: área em que realizou as atividades e duração em horas
- 5- Atividades desenvolvidas
- 6- Assinatura do Orientador Local e do Estagiário

Relatório Final

Folha de Rosto

Sumário

Introdução: deverá expor os objetivos do estágio, as áreas e períodos em que ocorreu, conter dados gerais da organização, suas características e comentários sobre a estrutura do relatório.

Desenvolvimento: deverá conter um relato detalhado de todas as atividades desenvolvidas em cada área e sugestões desenvolvidas, e se foram aproveitadas ou não pela organização. As atividades devem ser descritas e analisadas criticamente, devendo o aluno relacioná-las

com os conteúdos e conhecimentos adquiridos ao longo do curso e a bibliografia utilizada dentro das normas ABNT.

Considerações Finais: deverá conter um parecer geral sobre o estágio e sua importância na formação profissional.

Bibliografia

22 TRABALHO DE CONCLUSÃO

A ESADE opta pelo Trabalho de Conclusão (TC) como produção acadêmica, baseando-se na sistematização das atividades desenvolvidas como iniciação científica, à luz de um referencial teórico que propicie o aprofundamento reflexivo das experiências, elaborado dentro das normas técnico-científicas oriundas da ABNT.

O Trabalho de Conclusão – TC, é uma atividade obrigatória do Curso de Administração, a ser desenvolvida ao longo do oitavo semestre, sob orientação docente.

O TC deverá ser executado dentro do campo da Administração, preferencialmente em consonância com a ênfase escolhida pelo aluno, devendo ser realizado com a finalidade de adquirir fundamentação consistente em relação aos conhecimentos teóricos – práticos, adquiridos na decorrer do curso.

O TC subdivide-se em duas modalidades básicas:

- a. Projeto de Pesquisa, que consiste em uma pesquisa em sentido estrito, na qual se busca o conhecimento das causas de um fenômeno natural e/ou social. Como tal poderá ser uma pesquisa bibliográfica, laboratorial e/ou de campo, conduzida individualmente, devendo resultar em uma monografia;
- b. Projeto Prático, que consiste em uma pesquisa em sentido lato, na qual se

busca encontrar uma resposta prática para um problema técnico-profissional, tecnológico ou técnico-científico, podendo demandar, para o seu desenvolvimento, uma etapa de pesquisa prévia (bibliográfica, laboratorial e/ou de campo), tendo em vista alcançar suas etapas subsequentes. O Projeto de Implementação será conduzido individualmente. Os resultados desta modalidade de pesquisa deverão ser apresentados em monografia, podendo vir também sob a forma de relatório de projeto, seguido dos resultados complementares (plano de negócio, protótipos e instrumentos desenvolvidos, ferramentas audiovisuais criadas, metodologias inventadas ou desenvolvidas, estudos de casos, etc) ou de outra forma aqui não prevista.

O TC possui como objetivos:

- desenvolver a capacidade de aplicação dos conhecimentos adquiridos durante o curso por meio da execução de um trabalho final;
- promover condições para que o aluno reflita criticamente sobre as informações e experiências recebidas e vivenciadas, observando os critérios científicos;
- desenvolver a capacidade de planejamento para identificar, analisar e implementar abordagens e soluções para problemas sociais e/ou tecnológicos;
- despertar o interesse pela pesquisa;
- estimular o espírito investigativo e, prioritariamente, a construção do conhecimento de forma coletiva;
- promover o desenvolvimento da sociedade, tendo em vista a busca de soluções para problemas reais.
- propiciar ao aluno orientação que o direcione à reflexão crítica e contextualizada da dinâmica da Administração em relação ao tema desenvolvido;
- propor soluções aos problemas, diagnosticados através do processo de

tomada de decisões sustentando teoricamente.

O Trabalho de Conclusão terá regulamentação própria a ser desenvolvida pela Coordenação do Curso junto com o corpo docente.

A avaliação do Trabalho de Conclusão será feita pelo orientador e um professor da área temática que versa o trabalho, devendo o aluno obter uma nota de 0 a 10 obtendo aprovação com nota mínima de 6,0.

1º Período

Identificação: Fundamentos da Administração

Carga Horária: 60 horas

Créditos: 4

Ementa:

A disciplina proporciona aos alunos conhecimento a respeito dos componentes de um processo administrativo e sua interação com as habilidades requeridas de um profissional da área de administração. A proposta da disciplina é apresentar como estes dois conceitos, quando integrados harmoniosamente, na teoria e na prática se fundem tornando o processo de gerir como algo eficiente, eficaz e efetivo. Portanto, serão apresentados os quatro passos do processo administrativo: planejamento, organização, direção e controle e finalmente o processo decisório como uma prática que perpassa todas as ações desenvolvidas dentro de cada uma das áreas.

Objetivos:

- conhecer os diferentes tipos de organização;
- pensar nas organizações de forma sistêmica e identificar as partes que as compõem;
- solucionar problemas e decidir de forma racional e eficaz, empregando as técnicas mais adequadas para cada etapa do processo decisório;
- compreender o processo de administrar organizações e identificar as suas principais funções organizacionais e administrativas;
- analisar o que as organizações realizam em termos de processo administrativo (planejar, organizar, dirigir e controlar) e de processo decisório;

Conhecimentos:

- Conteúdo, campo e objeto de estudo da Administração, Administração na sociedade moderna e o papel do administrador. Os tipos de organização onde o Administrador

desempenha seu papel.

- Contextualização das áreas funcionais existentes nas organizações enfocando as funções administrativas e de decisão. (Finanças, Marketing, Recursos Humanos, Logística, Produção e Materiais)

O Processo Administrativo:

- O Planejamento (finalidades, etapas do processo, planejamento estratégico, tático e operacional)
- A Organização (princípios fundamentais, departamentalização, modelos de organização)
- A Direção (motivação, liderança, grupos, comunicação)
- O Controle
- Processo decisório (tipos de decisões, racionalidade limitada, etapas, técnicas que auxiliam a tomada de decisão).

Metodologias, técnicas e recursos de ensino e aprendizagem:

Aulas expositivas e dialogadas, dinâmicas de grupo, painéis de especialistas, estudos de casos, leituras e estudos dirigidos, resoluções de problemas, oficinas e elaborações de mapas conceituais.

Utiliza-se de recursos físicos como retroprojeter, quadro negro, disposição das classes, computador e canhão.

Metodologias, técnicas e recursos de avaliação:

Participação nas aulas e nos debates, realização das leituras indicadas, exposição oral de sínteses, solução de estudos de casos, realização de exercícios escritos, contribuição para o desenvolvimento das aulas e dos conteúdos, apresentação escrita de um artigo referente aos temas estudados com evidências de casos práticos.

Bibliografia básica

PIERCE, Jon L. & NEWSTROM, John W. **A Estante do Administrador**: um mosaico de

visões contemporâneas. Porto Alegre: Bookman, 2002.

CHIAVENATO, I. **Administração**: teoria, processo e prática. São Paulo: Makron Books, 2003.

Bibliografia complementar

CHIAVENATO, I. **Administração nos novos tempos**. 2.ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

DAFT, R. L. **Teoria e projeto das organizações**. 6.ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

LACOMBE, F.; HEILBORN, G.. **Administração: princípios e tendências**. São Paulo: Saraiva, 2003.

MONTANA, P.; CHARNOV, B. **Administração**. São Paulo: Saraiva, 1998.

MORAES, A. M. P. de. **Iniciação ao estudo da administração**. 2.ed. São Paulo: Makron, 2001.

Identificação: Ciências Sociais

Carga horária: 30 horas

Créditos: 2

Ementa

Estudo dos principais elementos que contribuíram para a formação do conhecimento administrativo a partir da sua intersecção e inter-relação com a filosofia, ciência política, antropologia e sociologia. Conceituação da Sociologia. Visão interdisciplinar do homem em sociedade, explorando aspectos filosóficos, antropológicos, históricos e sociológicos. Sociologia geral e sociologia aplicada à administração. Estratificação social. O indivíduo e a organização. Organização formal e informal. Processo de organização do trabalho frente aos novos modelos de gestão. Mudança organizacional. Cultura das organizações. Ideologia.

Objetivos

Estudo dos principais elementos que contribuíram para a formação do conhecimento administrativo a partir da sua intersecção e inter-relação com a filosofia, ciência política, antropologia e sociologia. Possibilitar aos participantes uma leitura diferenciada do comportamento organizacional, de modo a transcender a simples leitura "administrativa" de caráter normativo.

Conhecimentos

Conceito de Sociologia

Sociologia aplicada

Estratificação social

O indivíduo e a organização

Organização formal e informal

Cultura e ideologia

Mudança Organizacional

Processo de organização do trabalho

Metodologias, técnicas e recursos de ensino e aprendizagem:

Aulas expositivas e dialogadas, dinâmicas de grupo, painéis de especialistas, estudos de casos, leituras e estudos dirigidos, resoluções de problemas, oficinas e elaborações de mapas conceituais.

Utiliza-se de recursos físicos como retroprojetor, quadro negro, disposição das classes, computador e canhão.

Metodologias, técnicas e recursos de avaliação:

Participação nas aulas e nos debates, realização das leituras indicadas, exposição oral de sínteses, solução de estudos de casos, realização de exercícios escritos, contribuição para o desenvolvimento das aulas e dos conteúdos, apresentação escrita de um artigo referente aos temas estudados com evidências de casos práticos.

Bibliografia básica

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Sociologia das organizações**: uma análise do homem e das empresas no ambiente competitivo. São Paulo: Pioneira, 2002.

Bibliografia complementar

BERNARDES, Cyro; MARCONDES, Reynaldo Cavalheiro. **Sociologia aplicada a administração**. São Paulo: Saraiva, 1999.

CARVALHO, R. C. **Tecnologia e utilização do trabalho industrial no Brasil**. Porto Alegre: LPM, 1988.

DIAS, Reinaldo. **Fundamentos de Sociologia Geral**. São Paulo: Alinea, 2000.

DURKHEIM, Emile. **Lições de Sociologia**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

FLEURY, Maria Tereza Leme (Coord.) et al. **Cultura e poder nas organizações**. São Paulo: Atlas, 1996.

Identificação: Filosofia e Ética

Carga horária: 30 horas

Créditos: 2

Ementa

Explora os conceitos antropológicos e os fundamentos da moral desde Aristóteles. Reflexão sobre teorias da ética. Debate de problemas concretos de moral. Como as empresas podem se constituir nos maiores vetores da moralização nacional. As práticas anti-éticas: o suborno, a usurpação da propriedade alheia, a utilização de informações governamentais privilegiadas e como evitá-las e lidar com elas no ambiente de negócios. Como maximizar resultados e criar vantagem competitiva com uma conduta ética nos negócios.

Objetivos

Compreender a ética e relacioná-la com os fundamentos antropológicos. Refletir sobre as teorias éticas e a vida em sociedade. Enfatizar a dimensão ética da consciência para a conduta individual e social. Desenvolver o senso de responsabilidade e a atitude crítica autônoma diante da realidade, visando a autenticidade pessoal.

Conhecimentos:

- Antropologia Filosófica
- Argumentação
- Filosofia
- Ética
- Ética Empresarial
- Sociologia e as diferentes formas de integração do homem ao ambiente.

Metodologias, técnicas e recursos de ensino e aprendizagem:

Aulas expositivas e dialogadas, dinâmicas de grupo, painéis de especialistas, estudos de casos, leituras e estudos dirigidos, resoluções de problemas, oficinas e elaborações de

mapas conceituais.

Utiliza-se de recursos físicos como retroprojektor, quadro negro, disposição das classes, computador e canhão.

Metodologias, técnicas e recursos de avaliação:

Participação nas aulas e nos debates, realização das leituras indicadas, exposição oral de sínteses, solução de estudos de casos, realização de exercícios escritos, contribuição para o desenvolvimento das aulas e dos conteúdos, apresentação escrita de um artigo referente aos temas estudados com evidências de casos práticos.

Bibliografia básica

HRYNIEWICZ, Severo. **Para filosofar hoje**. Rio de Janeiro: Santelena, 2002.

SROUR, Robert Henry. **Ética Empresarial**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

Bibliografia complementar

ARISTÓTELES. **A Ética**. São Paulo: Edipro, 2003

GALLO, Silvio (Coord.). **Ética e cidadania**: caminhos da filosofia: elementos para o ensino de filosofia. Campinas: Papirus, 2003.

CHAUI, M.. **Convite à filosofia**. São Paulo: Atica, 2005.

LUCKESI, Cipriano Carlos; PASSOS, Elizete Silva. **Introdução à filosofia**: aprendendo a pensar. São Paulo: Cortez, 2002.

VAZQUEZ, A. Sanchez. **Ética**. São Paulo: Civilização Brasileira, 2000.

Identificação: Matemática

Carga Horária: 60 horas

Créditos: 4

Ementa

Desenvolvimento do raciocínio matemático para a tomada de decisão. Trabalha os conceitos básicos da matemática essenciais para o Administrador analisar e definir com base na realidade concreta o futuro da organização.

Objetivos

Fornecer ao estudante subsídios que o capacitem a resolver problemas matemáticos relacionados às rotinas da área de Administração, explorando, sempre que possível, situações aplicáveis à realidade.

Conhecimentos

Funções elementares e suas aplicações, limites, taxa de variação.

Derivadas e técnicas de derivação, aplicações da derivada.

Funções compostas e regras de cadeia.

Integral indefinida e definida.

Técnicas de integração.

Aplicações da integral definida. Matrizes, operações, determinantes.

Matriz inversa, aplicações.

Teorema de Laplace.

Equações lineares

Metodologias, técnicas e recursos de ensino e aprendizagem:

Aulas expositivas e dialogadas, estudos de casos, leituras e estudos dirigidos, resoluções de problemas. Utiliza-se de recursos físicos como retroprojetor, quadro negro, disposição das classes, computador e canhão.

Metodologias, técnicas e recursos de avaliação:

Participação nas aulas e nos exercícios, realização das leituras indicadas, solução de estudos de casos, realização de exercícios escritos, contribuição para o desenvolvimento das aulas e dos conteúdos.

Bibliografia básica

GOLDSTEIN, Larry; LAY, David C.; SCHNEIDER, David J. **Matemática Aplicada à Economia, Administração e Contabilidade**. Porto Alegre: Bookman, 2000.

Bibliografia Complementar

ANTON, Haward. **Álgebra Linear com Aplicações**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

GUIDORIZZI, Hamilton L. **Matemática para Administração**. São Paulo: LTC, 2002

LEITHOLD, Louis. **Matemática Aplicada à Economia e Administração**. São Paulo: Harbra, 1988.

TAN, S.T. **Matemática Aplicada à Administração e à Economia**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2001.

WEBER, Jean. **Matemática para economia e administração**. São Paulo: Harbra, 2001.

Identificação: Marketing Pessoal

Carga Horária: 60 horas

Créditos: 4

Ementa

Conceito e componentes do Marketing Pessoal. Mercado e carreira: diagnose e prospecção. Você como protagonista: criando e desenvolvendo a sua marca. Network: desenvolvimento e manutenção. Postura e aparência. Administração do tempo. O falar em público. Participação em reuniões. Elaboração de projetos e relatórios. O planejamento da carreira. Curriculum vitae. Entrevista de seleção profissional. Elaboração de projeto de desenvolvimento profissional. Disciplina teórico-prática na qual, através de exercícios vivenciais e simulações, serão desenvolvidas as diferentes ferramentas do Marketing Pessoal.

Objetivos

Identificar e aplicar as estratégias de marketing pessoal de modo a auxiliar no planejamento da carreira, no desenvolvimento da própria imagem profissional e na ampliação do potencial de empregabilidade.

Conhecimentos

1. Marketing:

Conceito e componentes.

2. Marketing pessoal:

Conceito e contextualização.

Ferramentas de Marketing Pessoal

3. Mercado e carreira:

Diagnose de mercado profissional.

Prospecção de Mercado

Mapeamento do próprio mercado profissional.

Benchmark

Plano de marketing Pessoal

4. Você como protagonista:

A importância da marca pessoal.

Criando a sua própria marca

Desenvolvendo a sua marca no mercado

5.Network:

Desenvolvimento do Network

Manutenção do Network.

Planejamento de Network.

6.Postura e aparência:

Aparência profissional: noções e requisitos.

Postura e etiqueta profissional: regras principais.

7.Administração do tempo:

Conceituação.

Tempo e valores pessoais: Estabelecendo prioridades

Técnicas de Administração de tempo: urgência e importância

Exercício de planejamento do próprio tempo

8.O falar em público: fala de improviso.

8.1. Dicção, oratória e desinibição:

Dicção. Ênfase. Ritmo. Entonação. Olhar. Postura. Gesticulação. Uso do corpo. Uso do espaço.

8.2. Apresentações em público:

8.3. Uso de recursos áudio-visuais:

8.4. Exercícios práticos de apresentações

9.Participação em reuniões.

10. Projetos e Relatórios

11.O Planejamento da própria Carreira.

Metodologias, técnicas e recursos de ensino e aprendizagem:

Aulas expositivas e dialogadas, dinâmicas de grupo, painéis de especialistas, estudos de casos, leituras e estudos dirigidos, resoluções de problemas, oficinas e elaborações de mapas conceituais.

Utiliza-se de recursos físicos como retroprojetor, quadro negro, disposição das classes, computador e canhão.

Metodologias, técnicas e recursos de avaliação:

Participação nas aulas e nos debates, realização das leituras indicadas, exposição oral de sínteses, solução de estudos de casos, realização de exercícios escritos, contribuição para o desenvolvimento das aulas e dos conteúdos, apresentação escrita de um artigo referente aos temas estudados com evidências de casos práticos.

Bibliografia Básica:

BOLLES, Richard. *Como conseguir um emprego e descobrir a sua profissão ideal: qual a cor do seu pára-quadras?* Rio de Janeiro: Sextante, 2000.

Bibliografia Complementar:

[LAURINDO, Marco](#) *Marketing Pessoal e o Novo Comportamento Profissional*, São Paulo, [Altana](#), 2006

[BORDIN FILHO, Sady](#) *Marketing Pessoal - 100 Dicas Para Valorizar... Sua Imagem*, São Paulo, [Record](#), 2006

[PERSONA, Mario](#) *Marketing de Gente*, São Paulo, [Futura](#), 2006

MILIONI, Benedito. *Carreira Profissional Vencedora: Planejando O Desenvolvimento, Escapando Das Armadilhas Organizacionais, Fazendo O Próprio Marketing*. Rio De Janeiro: Qualitymark, 2007.

SCHEIN, Edgar. *Identidade Profissional: Como Ajustar Suas Inclinações A Suas Opções De Trabalho*. São Paulo: Nobel, 1996.

WAGNER, Jaime. *A Arte De Planejar O Tempo*. Porto Alegre: Literalis, 2003.

Identificação: Métodos e Técnicas de Pesquisa

Carga horária: 30 horas

Créditos: 2

Ementa

Ciência, conhecimento científico, pesquisa e metodologia científica. Introdução à pesquisa em administração: resolvendo problemas de administração com o pensamento científico, o processo de pesquisa, a proposta de pesquisa, a ética em pesquisa em administração. Os métodos quantitativos e qualitativos. O planejamento da pesquisa: estratégias, amostragem, mensuração, escalas. As fontes e a coleta de dados: explorando dados secundários, métodos de *survey*, instrumentos para comunicação com o respondente, estudos observacionais, experimentação, o estudo de caso. Análise e apresentação de dados: preparação e descrição de dados, apresentação de resultados: relatórios escritos e orais.

Objetivos

Propiciar conhecimentos sobre investigação e metodologia científica, de forma a apresentar um leque de alternativas de construção de conhecimento à disposição dos alunos. Estimular e acompanhar o aluno na elaboração de uma proposta de pesquisa. Capacitar o aluno no processo investigativo e metodologia científica, de forma a apresentar um leque de alternativas de construção de conhecimento à disposição dos alunos.

Conhecimentos

- Ciência e conhecimento científico.
- Pesquisa/definição de tema para do projeto de TC.
- Problema, objetivos e justificativa do projeto.
- Fundamentação teórica do projeto
- Normas ABNT.
- Estratégias de pesquisa em Administração.
- Cronograma de pesquisa.

Metodologias, técnicas e recursos de ensino e de avaliação de aprendizagem

Elaboração de resenhas críticas de textos científicos (livros, artigos) referentes ao conteúdo da disciplina. Respostas a desafios e casos. Pesquisas em sítios de Internet, pesquisas estas relacionadas ao conteúdo programático da disciplina e ao desenvolvimento do projeto. Desenvolvimento de artigos e debates.

Bibliografia básica

COOPER, Donald R. & SCHINDLER, Pamela S. **Métodos de Pesquisa em Administração**. Porto Alegre: Bookman, 2003.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. **Metodologia Científica**. São Paulo: Prentice Hall, 2002

Bibliografia complementar

ASSOC. BRAS. NORMAS TÉCNICAS. **Apresentação de citações de documentos-NBR-10520**. Rio de Janeiro: ABNT, 2002.

_____. **Referências bibliográficas - NBR-6023**. Rio de Janeiro: ABNT, 2002.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. **Metodologia Científica**. São Paulo: Prentice Hall, 2002

GIL, Antônio C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

LAKATOS, Eva M. & MARCONI, Marina de A. **Fundamentos da Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 2001.

YIN, Robert K. **Estudos de Caso**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

Identificação: Jogos Empresariais I

Carga Horária: 30 horas

Créditos: 2

Ementa

Laboratório vivencial que representa a realidade de mercado. Desenvolvimento de habilidades para tomada de decisão e visão sistêmica através de um jogo empresarial que representa um simulador de decisão semelhante ao que ocorre no mercado.

Objetivos

Desenvolver a capacidade de raciocínio analítico e de tomada de decisão a partir de dados extraídos da realidade. Proporcionar a visão sistêmica da função de administrar uma empresa.

Conhecimentos

- Visão sistêmica
- Áreas da empresa: finanças, recursos humanos, produção,/operações, marketing
- Funções gerenciais: planejamento, direção, controle, avaliação.
- Mercado e oportunidade

Metodologias, técnicas e recursos de ensino e aprendizagem:

Leituras e estudos dirigidos, resoluções de problemas, simulador ou ferramenta que possibilite o jogo. Utiliza-se de recursos físicos como retroprojetor, quadro negro, disposição das classes, computador e canhão.

Metodologias, técnicas e recursos de avaliação:

Participação nas aulas e nos exercícios, realização das leituras indicadas, contribuição para o desenvolvimento das aulas e dos conteúdos.

Bibliografia

Livros utilizados nas demais disciplinas.

2º PERÍODO

Identificação: Teorias da Administração

Carga Horária: 60 horas

Créditos: 4

Ementa

Esta atividade visa apresentar ao aluno a evolução do pensamento administrativo, dentro de uma perspectiva filosófica, histórica, sócio-econômica e política. Neste contexto estuda-se as principais teorias que contribuem para a formação da ciência da Administração: Administração científica. Teoria clássica. Teoria das relações humanas. Modelo burocrático de organização. Teoria neo-clássica. Teoria estruturalista. Teoria comportamental. Teoria de sistemas. Teoria da contingência. Tendências atuais da Administração.

Objetivo

Entender o contexto no qual cada abordagem teórica da Administração surgiu e aplicar os conhecimentos adquiridos para pensar em alternativas de solução para situações práticas. Discutir as contribuições dos mais importantes teóricos da ciência da Administração e os aspectos críticos de cada teoria interpretando, sintetizando e redigindo textos técnicos.

Conhecimentos

- Antecedentes históricos da Administração
- Administração científica
- Teoria clássica da administração
- Teorias transitivas
- Teoria das relações humanas
- Modelo burocrático da organização
- Teoria estruturalista teoria neoclássica
- Teoria comportamental da administração

- Teoria dos sistemas
- Teoria contingencial
- Teorias da Administração hoje

Metodologias, técnicas e recursos de ensino e aprendizagem:

Aulas expositivas e dialogadas, dinâmicas de grupo, painéis de especialistas, estudos de casos, leituras e estudos dirigidos, resoluções de problemas, oficinas e elaborações de mapas conceituais.

Utiliza-se de recursos materiais como retroprojeto, quadro negro, disposição das classes, computador e canhão.

Metodologias, técnicas e recursos de avaliação:

A avaliação deverá ocorrer ao longo de todo processo de ensino-aprendizagem a partir de diferenciados instrumentos: participação nas aulas e nos debates, realização das leituras indicadas, exposição oral de sínteses, solução de estudos de casos, realização de exercícios escritos, contribuição para o desenvolvimento das aulas e dos conteúdos, apresentação escrita de um artigo referente aos temas estudados com evidências de casos práticos.

Bibliografia básica

PIERCE, Jon L. & NEWSTROM, John W. **A Estante do Administrador**: um mosaico de visões contemporâneas. Porto Alegre: Bookman, 2002.

MAXIMIANO, A. C. A. **Teoria geral da administração**: da revolução urbana à revolução digital. São Paulo: Atlas, 2002.

Bibliografia complementar

DRUCKER, Peter F. **Introdução à administração**. São Paulo: Pioneira, 1998.

MORGAN, G. **Imagens da organização**. São Paulo: Atlas, 1997.

MOTTA, F. C. P. **Introdução à teoria geral da administração**. [S. l.]: Pioneira, 1991.

SIMON, Hermann. **As Campeãs Ocultas**: Estratégias de Pequenas e Médias Empresas que

Conquistaram o Mundo. Porto Alegre: Bookman, 2003.

VASCONCELLOS, Eduardo; HEMSLEY, James R. **Estrutura das organizações:** estruturas tradicionais, estruturas para inovação, estrutura matricial. São Paulo: Pioneira, 2002.

Identificação: Introdução ao Marketing

Carga Horária: 60 horas

Créditos: 4

Ementa

Discute o papel do marketing nas organizações e na sociedade, desde seu conceito, sua importância dentro das organizações e seu gerenciamento, envolvendo o processo de planejamento de marketing.

Objetivo

Desenvolver a capacidade de visualizar e abordar situações gerenciais a partir do conceito de marketing. Apresentar os principais conceitos de marketing. Capacitar os estudantes para o desenvolvimento de um plano de marketing.

Conhecimentos

- Conceitos de marketing
- Visão geral do marketing e seu papel nas organizações
- Orientações empresariais
- Composto de marketing (estratégia de produto, de distribuição, de preço e de promoção)
- Análise do ambiente e de oportunidades
- Estratégias de segmentação e posicionamento
- Marketing de serviços
- Tendências em marketing

Metodologias, Técnicas e Recursos de Ensino E Aprendizagem:

Aulas expositivas, discussões em grupo e análise de casos de estudo empresariais.

Metodologias, Técnicas e Recursos de Avaliação:

Realização de projetos e trabalhos em grupos, bem como a aplicação de provas e apresentação de seminários.

Bibliografia Básica:

CHURCHILL JUNIOR, G. A.; PETER, J. P. **Marketing**: criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2000-2003.

KOTLER, P. **Administração de marketing**. São Paulo: Prentice-Hall, 2004.

Bibliografia Complementar

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

CZINKOTA, M. R. **Marketing**: as melhores práticas. Porto Alegre: Bookman, 2001.

KOTLER, P. **Marketing para o século XXI**. São Paulo: Futura, 2000.

LOVELOCK, C.; WRIGHT, L. **Serviços**: marketing e gestão. São Paulo: Saraiva, 2002.

SHETH, J. N.; MITTAL, B.; NEWMAN, B. I. **Comportamento do cliente**: indo além do comportamento do consumidor. 1.ed. São Paulo: Atlas, 2001.

Identificação: Estatística

Carga Horária: 60 horas

Créditos: 4

Ementa

Conceitos fundamentais de estatística. Divisão da estatística: Estatística Descritiva e Estatística Inferencial. Organização e apresentação dos dados. Distribuições de frequências. Análise Gráfica. Medidas de tendência central e de variabilidade, assimetria e curtose. Noções de probabilidades e distribuições de probabilidade. Técnicas de amostragem probabilística e não probabilística. Estimação por intervalo de confiança. Testes e hipóteses. Análise de Correlação e Regressão Linear. Utilização de software estatístico / planilha eletrônica.

Objetivos

Proporcionar ao aluno a iniciação a métodos estatísticos, capacitando-o a descrever apropriadamente o comportamento de variáveis, organizar dados a partir de tabelas e gráficos. Desenvolver as bases do raciocínio probabilístico, enfatizando a sua utilização como auxílio na tomada de decisões em condições de incerteza e risco. Fazer com que o aluno saiba identificar e aplicar técnicas de amostragem, estimação e teste de hipótese. Compreender o uso da análise de correlação e regressão linear a partir de exemplos e aplicações práticas às quais a disciplina se destina.

Conhecimentos

- Conceitos básicos de estatística;
- Distribuições de frequências e análise gráfica;
- Medidas de tendência central;
- Medidas de variabilidade;
- Medidas de assimetria e curtose;
- Probabilidades;
- Amostragem;

- Estimacão por intervalo de confiana;
- Teste de hipóteses;
- Análise de correlaco e regressão linear.

Metodologias, Técnicas e Recursos de Ensino E Aprendizagem:

As aulas serão desenvolvidas através da combinao de várias metodologias que buscam integrar a teoria com a prática a partir da apresentao, discussão e aplicao das técnicas estatísticas.

Metodologias, Técnicas e Recursos de Avaliao:

São avaliados o envolvimento e a atitude em todas as atividades acadêmicas propostas ao longo do semestre, como estudos de casos, exercícios simulados e provas.

Bibliografia Básica:

BARBETTA, P.A. **Estatística Aplicada s Ciências Sociais**. Florianópolis. 6ª Ed. Editora da universidade Federal de Santa Catarina.

FREUND, Simon. **Estatística Aplicada** - Economia, Administrao e Contabilidade. Porto Alegre: Bookman, 2000.

Bibliografia complementar

HAIR, J. F. et al. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administrao**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

KAZMIER, Leonard J. **Estatística Aplicada  Economia e  Administrao**. São Paulo: Makron Books, 2001.

NEUFELD, John L. **Estatística Aplicada  Administrao Usando Excel**. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

WILLIAMS, Anderson Sweeney. **Estatística Aplicada  Administrao e Economia**. São Paulo: Thomson Pioneira, 2002.

Identificação: Psicologia das Relações Humanas

Carga Horária: 60 horas

Créditos: 4

Ementa

Análise das complexas variáveis comportamentais que afetam o funcionamento das organizações, abordando esta problemática a partir de três níveis: individual, grupal e organizacional, bem como seus conseqüentes entrelaçamentos. Estudo crítico e sistemático do contexto organizacional, contemplando a dialética inerente e objetivando orientar ações de gestão.

Objetivos

Possibilitar conhecimentos acerca dos processos inerentes ao comportamento organizacional em nível individual, grupal e institucional. Conhecimento do processo de tomada de decisão, administração de conflitos e relação com o poder a partir de reflexão e debate sobre estes aspectos. Desenvolver a capacidade de gerenciamento das organizações, a partir da internalização de questões emergentes relacionadas às diferenças humanas e igualdade de oportunidades.

Capacidade de empreender ações a partir da análise crítica do comportamento das organizações, com ética, respeito ao ser humano e foco no resultado.

Conhecimentos

- Conceito, fundamentos e elementos de comportamento organizacional;
- Transformações no mundo do trabalho na contemporaneidade;
- Liderança, poder e cultura no cotidiano organizacional;
- Mudança organizacional: processo de mudança, tipos e elementos, gerenciamento de aspectos comportamentais;
- Conflito organizacional, inter-equipes e interpessoal e as formas de lidar com conflitos;
- Ética: aspectos organizacionais e pessoais;

- Diversidade: igualdade de oportunidades, diferenças individuais, discriminação e preconceito nas organizações;
- Aspectos e impactos comportamentais na tomada de decisões;

Metodologias, Técnicas E Recursos De Ensino E Aprendizagem

As metodologias estarão diretamente relacionadas às competências a serem trabalhadas e podem constituir-se de: trabalho de grupo, trabalho individual, seminários, elaboração de histórias de vida e trabalho, estudos de caso.

Metodologias, Técnicas E Recursos De Avaliação

A avaliação será feita no decorrer do percurso formativo, de forma individual e coletiva, utilizando-se de diferentes instrumentos como resenhas, preparação e participação crítica e reflexiva em seminários, provas, relatórios de trabalho, entre outros, tendo como objetivo aferir o desenvolvimento das competências previstas.

Bibliografia básica

ROBBINS, Stephen P. **Fundamentos do Comportamento Organizacional**. Rio de Janeiro: LTC, 2004.

KANAANE, Roberto. **Comportamento Humano nas Organizações: o Homem Rumo ao Século XXI**. São Paulo: Atlas, 1999.

Bibliografia complementar

AGUIAR, Maria Aparecida F.. **Psicologia Aplicada a Administração** – uma abordagem interdisciplinar. São Paulo: Saraiva, 2005.

CHANLAT, Jean. **O Indivíduo na organização: dimensões esquecidas**. São Paulo: Atlas, 1996. v. I e II.

SOTO, Eduardo. **Comportamento Organizacional: o impacto das emoções**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

SPECTOR, Paul. **Psicologia nas organizações**. São Paulo: Saraiva, 2002.

TAMAYO. Álvaro. **Cultura e Saúde nas Organizações**. Porto Alegre: ARTMED, 2004.

Identificação: Fundamentos de Contabilidade I

Carga Horária: 60

Créditos: 04

Ementa:

Estrutura básica da Contabilidade. O processo metodológico utilizado para o registro contábil. Controle e representação do patrimônio e suas variações. O balanço patrimonial e suas análises. O demonstrativo de resultados suas análises.

Objetivos

Conceituar e contextualizar a contabilidade e o papel do contador, o papel do administrador, e sua importância para as respectivas funções, o patrimônio de uma empresa e suas variações. Conhecer os principais demonstrativos contábeis e sua construção. A função das contas patrimoniais e das contas de resultado. A utilização da contabilidade como ferramenta para a administração de uma empresa. Utilizar a contabilidade para saber da situação patrimonial da empresa.

Conhecimentos:

- Compreender o mecanismo das partidas dobradas: o "débito" e o "crédito".
- Apurar e registrar operações com mercadorias, utilizando a técnica da administração pelo método das três contas (Mercadorias, Vendas e Custo das Mercadorias Vendidas). Estudo dos métodos de Avaliação dos estoques (MAP, PEPS, UEPS)
- Instrumentalizar meios para a construção dos dois principais demonstrativos contábeis. (BP E DRE).
- Saber utilizar a contabilidade para gerar informação ao Administrador.
- Iniciar a preparação para análise e interpretação da situação patrimonial de uma empresa, dos demonstrativos financeiros e contábeis como subsídio para a tomada

de decisão.

METODOLOGIA - ESTRATÉGIAS DE ENSINO:

Serão utilizados na disciplina tanto métodos ativos quanto passivos, atividades dos alunos em grupo ou individual. A base do ensino/aprendizagem será o “aprender fazendo” aproveitando os conhecimentos dos estudantes e processando o conteúdo abordado de forma prática, aplicável e vinculando com o processo de tomada de decisão do administrador. Porém muita aula expositiva será necessária para vencimento dos conteúdos e explicação de conceitos e convenções. Pesquisas em *sites* e material didático serão incentivadas, dentro e fora das aulas. Será criada forma de aplicação prática, com uma análise de demonstrativos contábeis de empresas reais, do nosso cotidiano, principalmente exemplos recorrentes da mídia do momento, para que alunos conheçam a contexto das empresas para facilitação do ensino prático andragógico.

METODOLOGIA - RECURSOS DE ENSINO:

A disciplina será desenvolvida compreendendo:

- Aulas expositivas;
- Discussões e estudos de casos;
- Palestras com profissionais da área.
- Eventual exposição de filme.
- A internet é uma ferramenta fundamental para o nosso estudo com sites e fontes de informações de contábeis de empresas e entidades profissionais.

Bibliografia básica

MARION, José C. **Contabilidade Empresarial**. São Paulo: Atlas, 2004.

MARION, José C. **Contabilidade Básica**. São Paulo: Atlas, 2004.

Bibliografia complementar

CREPALDI, Silvio A. **Curso básico de contabilidade**. São Paulo: Atlas, 2002.

EQUIPE PROFESSORES FEA/USP. **Contabilidade Introdutória**. São Paulo: Atlas, 1998.

FIPECAFI. **Manual de Contabilidade das Sociedades Por Ações (aplicável às demais sociedades)**. São Paulo: Atlas, 2003.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. & MARION, José C. **Curso de Contabilidade para não contadores: para as áreas de administração, economia, direito e engenharia**. São Paulo:Atlas, 2000.

LEITE, Hélio de P. **Contabilidade para administradores**. São Paulo: Atlas, 1997.

RIBEIRO, Osni M. **Contabilidade Geral Fácil**. São Paulo: Saraiva, 2002.

3º PERÍODO

Identificação: Gestão de Custos

Carga Horária: 60

Créditos: 04

Ementa

Aborda os conceitos e a finalidade da gestão dos custos; o custo nas empresas comerciais, industriais e na prestação de serviços; as terminologias de custos e filosofia de custeio; a setorização nas empresas para avaliação de custos; as etapas da implantação do sistema de custeio; a alocação setorial de custos; os sistemas de controle da produção e de serviços; os principais métodos de formação do preço de vendas; a análise da relação Custo-volume-lucro; o Custo padrão. Custo Integral, margem de contribuição, ponto de equilíbrio, o custeio ABC.

Objetivos

Capacitar o aluno a compreender as diversas maneiras de avaliar os custos. Desenvolver a habilidade de decidir sobre as formas de alocação dos custos da produção e de serviços, Desenvolver o raciocínio lógico e matemático para calcular preço de venda e análise do ponto de equilíbrio.

Conhecimentos

- Finalidades do Custo: Contábeis e Gerenciais;
- O Custo na empresas: Comerciais, Industriais e Prestadoras de Serviços;
- Terminologia de custos: Definições básicas e Principais classificações de custo;
- Filosofia de custeio: Custeio integral e Custeio direto;
- Setorização nas empresas para avaliação dos custos: Objetivos principais e Sistemática adotada;
- Etapas da implantação do sistema de custos relacionado a: custos de materiais, custos com pessoal, custos patrimoniais e custos com terceiros;

- Alocação Setorial de custos: métodos dos centros de custo, rateio dos custos indiretos, mapa de localização de custos, determinação dos custos de transformação – operacionais;
- Sistemas de Controle da produção: sistemas de controle da produção, sistemas de custos por processos, vantagens e desvantagens;
- Principais métodos de formação de preços de vendas: baseado no custo de produção, baseado no mercado, método misto, importância do custo financeiro na formação do preço, utilização de desconto;
- Análise de Custo-volume-lucro: margem de contribuição, Ponto de equilíbrio, otimização da produção com melhores margens;
- Custo Padrão: Objetivos, análise e desvantagens.
- Método da unidade de esforço de produção (UEPS): Características gerais, planejamento e controle dos processos de produção, vantagens e desvantagens.
- Custeio ABC (custo baseado em atividades).

Metodologia de Ensino e Aprendizagem:

- Aulas expositivas e dialogadas (utilização de textos e roteiros)
- Estudos de caso
- Trabalhos em grupos, com apresentações em plenário
- Dinâmicas de grupo

Métodos e Técnicas de Avaliação:

- Provas objetivas e dissertativas
- Avaliação de trabalhos práticos
- Trabalhos extraclasse.

Bibliografia básica

BEULKE, Rolando & BERTO, Dálvio. **Estrutura e Análise de Custos**. São Paulo: Saraiva, 2001.

Bibliografia complementar

BRASIL, Haroldo V. & BRASIL, Haroldo G. **Gestão Financeira das Empresas: um modelo dinâmico**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

DUTRA, René Gomes. **Custos: uma abordagem prática**. São Paulo: Atlas, 2003.

HORNGREN, Charles T. **Contabilidade de Custos**. Rio de Janeiro: LTC, 1997.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de Custos**. São Paulo: Atlas, 1998.

NAKAGAWA, Masayuki, **ABC Custeio Baseado em Atividades**. São Paulo: Editora Atlas.

ZDANOWICKS, J. Eduardo. **Planejamento Financeiro e Orçamento**. Porto Alegre: Sagra Luzzato, 2000.

Identificação: Matemática Financeira

Carga Horária: 60 horas

Créditos: 4

Ementa

Aborda-se o desenvolvimento de modelagens matemáticas relacionadas à atividade financeira e à exploração desses modelos na análise de investimentos, pautada em aspectos eminentemente práticos e contemporâneos. Também prepara o aluno para a análise de atos econômicos objetivando prioritariamente a prospecção de novos empreendimentos, desenvolvidos de forma integrada para que levem-no a experimentar a elaboração e análise de projetos de investimentos econômico-financeiros.

Objetivo

Busca-se desenvolver habilidade de analisar informações financeiras, obter dados econômicos que habilitem a verificar a situação financeira de uma organização. Prepara o aluno para analisar projetos de investimentos e desenvolver uma visão sistêmica de dados financeiros e a situação das empresas, bem como apresentar projetos para pedidos de empréstimos.

Conhecimentos

- Conceito de valor do dinheiro no tempo.
- Conceito de fluxo de caixa.
- Juros simples e compostos.
- Séries uniformes de pagamentos.
- Taxas de juro (proporcionais, equivalentes, taxas nominal e efetiva, acumulação de taxas, taxa real, taxas bruta e líquida, taxa over).
- Desconto.
- Sistemas de amortização de empréstimos.
- Cálculo de rendimento de aplicações financeiras.

- Análise de alternativas de investimentos.
- Calculadoras financeiras e tabelas financeiras.
- Depreciação
- Depreciação

Metodologias, Técnicas e Recursos de Ensino e Aprendizagem:

Aulas expositivas e dialogadas, com a utilização de textos e roteiros de apoio; Trabalhos em grupo e apresentação em plenário; Trabalho individual extraclasse; Recursos de vídeo, retroprojetor, laboratório de informática e projetor de imagens; Estudo de caso.

Metodologias, Técnicas e Recursos de Avaliação:

A avaliação é processual e centra-se em realização de trabalhos em grupos, bem como a aplicação de provas e apresentação de seminários.

Bibliografia Básica

HAZZAN, Samuel. **Matemática Financeira**. São Paulo: Saraiva, 2003.

SAMANEZ, C. **Matemática Financeira**. São Paulo: Prentice-Hall, 2002.

Bibliografia Complementar

ASSAF NETTO, A. **Matemática Financeira e Suas Aplicações**. São Paulo: Atlas, 1999.

FARIAS, E. E. Volz. **Matemática financeira para executivos**. Porto Alegre: Ortiz, 1994.

LAPPONI, Juan Carlos. **Matemática financeira usando excel 5 e 7**. São Paulo: Laponi, 1997.

PUCCINI, Abelardo L. **Matemática financeira objetiva e aplicada**. São Paulo: Saraiva, 1998.

SAMANEZ, Carlos Patricio. **Matemática Financeira - Aplicações a Análise**. São Paulo: Makron Books, 2000.

Identificação: Gestão de Processos

Carga Horária: 60 horas

Créditos: 4

Ementa

Organização e reorganização. Distribuição e processamento do trabalho. Aproveitamento racional de espaço físico. Gráficos de organização. Manuais administrativos. Formulários. Metodologias para levantamento, análise e prognóstico das organizações. Estrutura, estratégia, tecnologia, desempenho, processos organizacionais e ambiente externo. Análise organizacional. Sistemas computacionais; aplicativos. Temas da atualidade. Mapeamento de processos através de ferramentas analíticas e de sistemas de informações. Análise de processos e proposição de melhoria contínua. Análise organizacional.

Conhecimentos:

- Distribuição e processamento do trabalho
- Manuais e formulários administrativos
- A visão sistêmica da organização e os processos
 - Conceitos
 - Relações entre estrutura e processos
 - Estruturas orientadas para processos
- Metodologia da Gestão por Processos
 - Hierarquia de processos
 - Mapeamento
 - Análise
 - Implementação
- Formulação de indicadores para análise de processos
- Aspectos comportamentais na Gestão por Processos
- Aplicação de ferramentas computacionais para apoio à Gestão por Processos

Metodologias, técnicas e recursos de ensino e aprendizagem:

As metodologias estarão diretamente relacionadas às competências a serem trabalhadas e podem constituir-se de: trabalho em grupo, seminários, técnicas de dinâmica de grupo, estudos de caso, interação por meio do ensino à distância.

Metodologias, técnicas e recursos de avaliação:

A avaliação será feita no decorrer do percurso formativo, de forma individual e coletiva, utilizando-se de diferentes instrumentos como: resenhas, preparação e participação crítica e reflexiva em seminários, provas, relatórios de trabalho, entre outros, tendo como objetivo aferir o desenvolvimento das competências previstas.

Bibliografia básica

HARRINGTON, J. **Aperfeiçoando processos empresariais**. São Paulo: Makron Books, 1993.

OLIVEIRA, Djalma P. R. **Sistemas, organização e métodos: uma abordagem gerencial**. São Paulo: Atlas, 2002.

Bibliografia complementar

DAFT, R. **Teoria e projeto das organizações**. Rio de Janeiro: LTC, 1997.

CRUZ, T. **Sistemas, Organização e métodos**. Estudo integrado das novas tecnologias de informação. São Paulo: Atlas, 1997. 230p.

CURY, A. **Organização e métodos: uma visão holística**. Perspectiva comportamental & abordagem contingencial. 6. ed. São Paulo: Atlas, 1994.

DAVENPORT, T. **Reengenharia de processos**. Rio de Janeiro: Campus, 1994.

FALCONI, V. **Qualidade total: padronização de empresas**. Belo Horizonte: QFCO, 1991.

NADLER, David A; GERSTEIN, Marc S; SHAW, Robert B. **Arquitetura**

organizacional: a chave para a mudança empresarial. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

Identificação: Gestão de Conflitos e Técnicas de Negociação

Carga Horária: 60 horas

Créditos: 4

Ementa

O processo de negociação e mediação no ambiente organizacional. Os conceitos e teorias da psicologia da negociação. Conceitos e teorias da comunicação e da dinâmica do conflito interpessoal e intergrupos e sua resolução. Análise das variáveis intervenientes nesse processo e os aspectos éticos, morais e emocionais envolvidos. Técnicas de Negociação. Planejamento de uma negociação bem-sucedida: a busca de acordos mutuamente aceitáveis. Como separar as pessoas do problema. Como concentrar-se nos interesses e não nas posições. Como trabalhar junto para criar opções que satisfaçam às partes. Padrões éticos envolvidos em uma negociação. Negociação e padrões culturais.

Objetivos

Analisar o processo de negociação e mediação de conflitos no ambiente organizacional. Identificar os elementos básicos do processo de negociação e mediação que permitam discutir as possibilidades de estratégias nesse processo. Exercitar a prática em negociação e mediação de conflitos em suas diversas fases.

Conteúdos

- Conceito de Negociação
- Etapas do processo de Negociação
- Fatores intervenientes no processo
- Atores de uma negociação
- Tipos de negociação
- Arbitragem

Metodologias, Técnicas e Recursos de Ensino e Aprendizagem

As metodologias estarão diretamente relacionadas às competências a serem trabalhadas e podem constituir-se de: trabalho de grupo, trabalho individual, seminários, técnicas de dinâmica de grupo, estudos de caso.

Metodologias, Técnicas E Recursos De Avaliação

A avaliação será feita no decorrer do percurso formativo, de forma individual e coletiva, utilizando-se de diferentes instrumentos como resenhas, preparação e participação crítica e reflexiva em seminários, provas, relatórios de trabalho, entre outros, tendo como objetivo aferir o desenvolvimento das competências previstas.

Bibliografia Básica

HINDLE, Tim. **Como conduzir negociações**. São Paulo: PubliFolha, 1999.

Bibliografia complementar

CALLIÈRES, François de. **Como negociar com príncipes**: os princípios clássicos da diplomacia e da negociação. Rio de Janeiro: Campus: 2001,

COHEN, Herb. **Você pode negociar qualquer coisa**. 16.ed.. Rio de Janeiro: Record, 2004

FISHER, Roger et. al. **Estratégias de negociação**. Rio de Janeiro: Ediouro, 1997.

LEWICKI, Roy L.; SAUNDERS, David M.; MINTON, John W. **Fundamentos da Negociação**. Porto Alegre: Bookman, 2002.

URY, William. **Supere o não**: negociando com pessoas difíceis. 3.ed.. Rio de Janeiro: Best Seller, 2005.

Identificação: Inovação

Carga Horária: 60

Créditos : 04

Ementa:

A globalização e o desenvolvimento de tecnologia nas empresas internacionais. Negociação e transferência de tecnologia. Empresas intensivas em conhecimento. A informação e a gestão do conhecimento. A inserção da inovação no mercado. Conceitos Básicos de Gestão do Conhecimento, Ciência, Tecnologia e Inovação. O ciclo de vida do conhecimento e da tecnologia. A gestão tecnológica na empresa: Tecnologia, Inovação e Competitividade. A gestão do conhecimento: construindo, compartilhando, distribuindo, usando, preservando, medindo e descartando o conhecimento. Propriedade Intelectual. Negociação e transferência de tecnologia. Alianças estratégicas. A gestão da inovação no contexto da estratégia. Universidades e institutos de pesquisa, pólos, parques tecnológicos, incubadoras tecnológicas e incubadoras de empresas.

Objetivos

Desenvolver a capacidade analítica e crítica em relação às diferentes visões sobre o processo de desenvolvimento tecnológico e da gestão da inovação tecnológica. Capacitar o aluno a reconhecer o papel da inovação no desempenho competitivo e no crescimento econômico. Capacitar o aluno a buscar oportunidades e agir para formação de novos negócios. Capacitar o aluno a possuir visão sistêmica e transdisciplinar para avaliar e atuar no mercado competitivo do conhecimento.

Conhecimentos:

- Visão histórica da Ciência e Tecnologia
- Desenvolvimento e Sistema Nacional de Inovação (SNI)
- Invenção, inovação e progresso técnico

- Ciclo de vida da tecnologia e meio ambiente
- Estratégias tecnológicas e negócios
- Capacidade e trajetória tecnológica
- P & D (Pesquisa e Desenvolvimento) e estrutura
- Negócios intensivos em tecnologia
- Geração de conhecimento e transferência de tecnologia
- Empreendedorismo, pólos, incubadoras e parques tecnológicos
- Visão schumpeteriana de empreendedorismo
- Informação e conhecimento
- Inserção no mercado da inovação.

Metodologias, técnicas e recursos de ensino:

Além de aulas expositivas dialogadas, será utilizado o método de estudo de caso e serão empregados filmes em tópicos selecionados. Em diversas ocasiões os alunos serão chamados a apresentar tópicos que fizeram parte dos trabalhos de preparação e de verificação das semanas anteriores.

Métodos e Técnicas de Avaliação:

A avaliação será de forma processual, indicando-se as competências gerenciais desenvolvidas pelo aluno através da apresentação das soluções encontradas nos estudos de casos e do relato por escrito destas soluções.

Bibliografia básica:

OECD/OCDE; FINEP. **Manual de Oslo**: proposta de diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação tecnológica. Brasília: Finep, 2006.

TERRA, José C. C. **Gestão do Conhecimento**. São Paulo: Negócios, 2000.

Bibliografia complementar:

FLEURY, Maria T. L. **Gestão Estratégica do Conhecimento**. São Paulo: Atlas, 2001.

PETERS, T. **O Círculo da inovação**. São Paulo: Harbra, 1998.

CHRISTENSEN, C. M. **O dilema da inovação**: quando novas tecnologias levam empresas ao fracasso. São Paulo: Makron, 2001.

DAGNINO, R. et al. **Gestão estratégica da inovação**: metodologias para análise e implementação. Taubaté: Cabral, 2002.

SCHUMPETER, J. **Teoria do Desenvolvimento Econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

4º PERÍODO

Identificação: Gestão de Recursos Materiais e Patrimoniais

Carga Horária: 60 horas

Créditos: 4

Ementa

Introdução à administração de materiais. O sistema de administração de material. Dimensionamento da quantidade econômica de compra ou fabricação: fatores de custos envolvidos, preço fixos ou variáveis, entrega total ou parcial e a existência ou não de restrições. Previsões: sua utilização pela administração de material. Modelos de estratégias de encomendas. A influência da incerteza. A administração orçamentária do material. Entrega, recebimento e aceitação de material. Organização de almoxarifados. Gestão de estoques. Níveis de estoques. Inventários. Administração patrimonial. Sistemas logísticos e características de transportes de materiais.

Objetivo

Desenvolver habilidades e conhecimentos para entender e ser capaz de gerenciar recursos materiais e patrimoniais.

Conhecimentos

- Funções da administração de material.
- As licitações.
- As atribuições dos órgãos de patrimônio.
- As alienações.
- O sistema de administração de material.
- Dimensionamento da quantidade econômica de compra ou fabricação
- Previsões: sua utilização pela administração de material. Modelos de estratégias de

encomendas.

- A administração orçamentária do material.
- Entrega, recebimento e aceitação de material.
- Organização de almoxarifados.
- Gestão de estoques. Níveis de estoques. Inventários. Administração patrimonial.
- Sistemas logísticos e características de transportes de materiais

Metodologias, técnicas e recursos de ensino e aprendizagem:

As metodologias estarão diretamente relacionadas às competências a serem trabalhadas e podem constituir-se de: trabalho em grupo, seminários, estudos de caso.

Metodologias, técnicas e recursos de avaliação:

A avaliação será feita no decorrer do percurso formativo, de forma individual e coletiva, utilizando-se de diferentes instrumentos como: resenhas, preparação e participação crítica e reflexiva em seminários, provas, relatórios de trabalho, entre outros, tendo como objetivo aferir o desenvolvimento das competências previstas.

Bibliografia Básica

MARTINS, Petrônio G.; ALT, Paulo R. C. **Administração de materiais e recursos patrimoniais**. São Paulo: Saraiva, 2000.

Bibliografia Complementar

ARNOLD, J. R. Tony. **Administração de materiais**: uma introdução. São Paulo: Atlas, 1999.

BALLOU, Ronald H. **Logística empresarial**: transportes, administração de materiais e distribuição física. São Paulo: Atlas, 1993.

DIAS, Marco Aurélio P. **Administração de materiais**: uma abordagem logística. São Paulo: Atlas, 1993.

FERREIRA, Paulo C. P. **Técnicas de armazenagem**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1998.

Identificação: Empreendedorismo

Carga Horária: 60 horas

Créditos: 4

Ementa

A disciplina situa o acadêmico acerca do papel do profissional de Administração no contexto organizacional, enfocando as dimensões da mudança e do autoconhecimento. Aborda formação empreendedora e visão sistêmica como elementos que oportunizam a compreensão dos meios social, político, econômico e cultural e que habilitam à tomada de decisões em um mundo diversificado e interdependente.

Objetivo

Apropriação de referenciais teóricos para compreender as questões relacionadas ao papel do Administrador. Propicia a compreensão do pensamento sistêmico, capacitando o aluno a operar com raciocínio lógico e complexo e estabelecer relações não-lineares entre fenômenos de forma criativa em face dos diferentes contextos organizacionais e sociais. Busca desenvolver a capacidade de interagir no mundo do trabalho com postura crítica e construtiva, antecipando e promovendo suas transformações a partir de uma postura empreendedora.

Conhecimentos

- O empreendedor como indivíduo.
- Fundamentos do espírito empreendedor e da liderança. O comportamento do empreendedor de sucesso.
- Análise de pontos fortes e fracos do estudante em relação ao perfil do empreendedor. A busca de oportunidades dentro e fora do negócio. A iniciativa. A tomada de risco. A exigência de eficiência e qualidade. O estabelecimento de metas, o comprometimento e a persistência. A interdependência e a autoconfiança. A

persuasão e a rede de contatos. O planejamento e monitoramento sistemáticos.

- Aprender a mudar: complexidade, processos grupais e coletivos, processos de autoconhecimento, autodesenvolvimento, criatividade, comunicação e liderança.
- As áreas de atuação do administrador: finanças, pessoas, marketing, serviços em saúde, logística, operações e sistemas.

Metodologias, Técnicas e Recursos de Ensino e Aprendizagem

As metodologias estarão diretamente relacionadas às competências a serem trabalhadas e podem constituir-se de trabalho em grupo, seminários, técnicas de dinâmica de grupo (baseadas em metodologia CAV – ciclo de aprendizagem vivencial), estudos de caso, possibilidade de interação por meio do ensino à distância.

Metodologias, Técnicas e Recursos de Avaliação

A avaliação será feita no decorrer do percurso formativo, de forma individual e coletiva, utilizando-se de diferentes instrumentos como resenhas, preparação e participação crítica e reflexiva em seminários, provas, relatórios de trabalho, entre outros, tendo como objetivo aferir o desenvolvimento das competências previstas.

Bibliografia Básica:

DRUCKER, Peter. **Inovação e Espírito Empreendedor**. São Paulo: Thomson Pioneira, 2003.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luíza**. São Paulo: Empório, 1999.

Bibliografia Complementar:

DUTRA, J. S. **Administração de carreiras**: uma proposta para repensar as gestões de pessoas. São Paulo: FEA/USP, 1993.

EDVINSSON, L. **Capital Intelectual**: descobrindo o valor real de sua empresa pela identificação de seus valores internos. São Paulo: Makron, 1998.

MOTTA, P. R. **Gestão contemporânea**: a ciência e a arte de ser dirigente. Rio de Janeiro: Record, 1996.

MOSCOVICI, F. **Desenvolvimento interpessoal**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1995.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios.
Rio de Janeiro: Campus, 2002.

Identificação: Fundamentos de Economia

Carga Horária: 60 horas

Créditos: 4

Ementa

Estudo da teoria econômica abordando aspectos de microeconomia, compreender a economia e seus conceitos básicos: a teoria elementar de funcionamento do mercado. Teoria da firma. Tópicos de economia industrial discutindo a formação de custos de produção. Economia de escala e escopo. Competitividade. Os padrões de concorrência, as estratégias de crescimento das firmas e aplicações de conceitos econômicos no mercado. Desenvolvimento da capacidade de compreender e analisar o desempenho dos indicadores econômicos do Brasil no contexto da economia nacional e mundial. Abordagem de macroeconomia. Mercado nacional e internacional.

Objetivos

Desenvolver a capacidade de análise de aspectos que atuam no mercado. Discutir as bases teóricas envolvidas nas relações de mercado. Analisar as principais correntes econômicas. Compreender os principais instrumentos macroeconômicos e como o Governo os maneja para buscar a estabilidade, o crescimento econômico e o equilíbrio das contas externas. Entender as relações entre as diversas fontes de informações e de análise da conjuntura econômica brasileira e internacional. Desenvolver um entendimento do impacto da globalização no ambiente sócio-econômico.

Conhecimentos

- Teoria microeconômica tradicional: considerações sobre microeconomia,.
- Funcionamento do mercado
- Teoria da firma
- Custos e produção
- Estruturas de mercados
- Padrões de concorrência
- Teoria macroeconômica
- Indicadores de conjuntura e métodos de análise: variáveis relevantes para a análise de conjuntura econômica; principais conceitos empregados na análise de conjuntura; procedimentos de análise.
- Sistema institucional e as regras básicas que regulam a economia e condicionam a política econômica.
- Desempenho macroeconômico recente.
- Protecionismo e política comercial
- Instrumentos de controle do comércio internacional
- Mercado de divisas e estruturas de balanço de pagamentos
- O sistema monetário e financeiro Internacional

Metodologias, Técnicas e Recursos de Aprendizagem

Levantamentos bibliográficos. Análise de textos, estudo de casos e exercícios em sala de aula, material informativo de revistas especializadas. Discussão e debates sobre a realidade de hoje.

Metodologias, Técnicas e Recursos de Avaliação

Os alunos serão avaliados ao longo do processo segundo a participação efetiva nas atividades acadêmicas propostas, pela qualidade das análises e dos estudos propostos. Prova objetiva e descritiva.

Bibliografia Básica

PINHO, D.; VASCONCELLOS, Marco A. S. (Orgs.). **Manual de economia**. São Paulo: Saraiva, 2003.

GREMAUD A. P. et ali. **Economia Brasileira Contemporânea**. Editora Atlas. São Paulo, 2002.

Bibliografia complementar:

KRUGMAN, Paul. R; OBSTFELD, Maurice. **Economia internacional: teoria e política**. São Paulo: Makron, 1999.

PASSOS, Carlos R.; NOGAMI, Otto. **Princípios de economia**. São Paulo: Pioneira, 2001.

VASCONCELOS, M. A. S.. **Economia micro e macro**. São Paulo: Atlas, 2001.

VASCONCELLOS, M. A.; GARCIA, M. E. **Fundamentos de economia**. São Paulo: Saraiva, 2003.

PINHO, D.; VASCONCELLOS, Marco A. S. (Orgs.). **Manual de economia**. São Paulo: Saraiva, 2003.

Identificação: Gestão de Marketing

Carga Horária: 60 horas

Créditos: 4

Ementa

Estratégia de mercado, formulação da estratégia, implementação e controle da estratégia. Análise do ambiente externo e interno. Planejamento: tipos, vantagens. Elaboração, implementação e controle do plano de marketing. Orientações empresariais e planejamento de marketing. Análise das oportunidades de marketing e comportamento do consumidor.

Objetivos

Desenvolver habilidades para realizar o planejamento de marketing. Capacitar os estudantes para o desenvolvimento de um plano de marketing.

Conhecimentos

- Plano de marketing
- Análise de oportunidades de marketing
- Comportamento do consumidor
- Estratégias de segmentação e posicionamento

Bibliografia básica

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. São Paulo: Pearson, 2000.

WESTWOOD, John. **O Plano de Marketing**. São Paulo: Makron, 1997.

Bibliografia complementar

AMBROSIO, Vicente. **Plano de Marketing passo a passo**: um roteiro prático para lançar

com sucesso produtos, serviços e idéias. Rio de Janeiro: Reichman & Afonso, 1999.

DAY, George. **A Empresa Orientada para o Mercado**. Porto Alegre: Bookman, 2001

PORTER, Michael. **Estratégia competitiva**. Rio de Janeiro: Campus, 1988.

CZINKOTA, Michael R. & Cols. **Marketing: as melhores práticas**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

DIAS, Sérgio R. **Gestão de marketing**. São Paulo: Saraiva, 2003

SANDHUSEN, Richard L. **Marketing básico**. São Paulo: Saraiva, 2003.

Identificação: Gestão de Pessoas

Carga Horária: 60 horas

Créditos: 4

Ementa

A disciplina propõe analisar a gestão de pessoas em um ambiente dinâmico e competitivo, abordando as principais políticas e práticas da área de Recursos Humanos e os aspectos relevantes do relacionamento interpessoal. As novas características e o novo perfil da gestão de pessoas. As pessoas como agentes proativos e empreendedores. A visão da gestão de pessoas na empresa e seus principais processos. Questões básicas de motivação e controle.

Objetivos

Identificar os fatores relevantes da Gestão de Pessoas no contexto organizacional. Refletir sobre aspectos relevantes do relacionamento interpessoal. Discutir os principais subsistemas de Recursos Humanos. Compreender o papel do Administrador no processo de Gestão de Pessoas e Equipes.

Conhecimentos

- A Gestão de Pessoas e o contexto atual das organizações
- Introdução a Gestão de Pessoas: a importância do gerenciamento de pessoas em um ambiente dinâmico e competitivo.
- Mudanças no mundo do trabalho em nível mundial e no Brasil
- A Gestão de Pessoas e suas funções
- Evolução dos modelos de Gestão de Pessoas no Brasil e no Mundo
- Recrutamento e Seleção de Pessoas
- Treinamento e Desenvolvimento de Pessoal
- Administração da Remuneração e Recompensas (Fixas e Variáveis)
- A Avaliação de Desempenho e Potencial como instrumento de gestão

- A Gestão de Carreiras
- Sistemas de Informações Gerenciais em Gestão de Pessoas

Metodologias, Técnicas e Recursos de Ensino e Aprendizagem:

Aulas expositivas e dialogadas, com a utilização de textos e roteiros de apoio;

Trabalhos em grupo e apresentação em plenário;

Trabalho individual extraclasse;

Recursos de vídeo, retroprojeter, laboratório de informática e projetor de imagens;

Estudo de caso.

Metodologias, Técnicas e Recursos de Avaliação:

A avaliação é processual e centra-se em realização de trabalhos em grupos, bem como a aplicação de provas e apresentação de seminários.

Bibliografia básica

BITENCOURT, Cláudia e cols. **Gestão Contemporânea de Pessoas**: novas práticas, conceitos tradicionais. Porto Alegre: Bookman, 2003.

BOHLANDER, G. W., SNELL, S. e SHERMAN, A. **Administração de Recursos Humanos**. São Paulo : Pioneira Thomson Learning, 2003

Bibliografia complementar

ANGELONI, M. (coord.). **Organizações do conhecimento**. São Paulo: Saraiva, 2002.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

KANTER, Rosabeth M. **Gestão de pessoas, não de pessoal**. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

MILKOVICH, George; BOUREAU, John W. **Administração de recursos humanos**. São Paulo: Atlas, 2000.

MOTTA, F.C.P. **Cultura Organizacional e Cultura Brasileira**. São Paulo: Atlas, 1997.

SCHERMERHORN, John R. Jr.; HUNT, James G.; OSBORN, Richard N. **Fundamentos do Comportamento Organizacional**. Porto Alegre: Bookman, 1999.



R. Luiz Afonso, 84, Cidade Baixa - 90050-310
R. General Vitorino, 25, Centro - 90020-171
Fone/Fax (51) 3251-1111
Porto Alegre - RS
esade@esade.com.br

Identificação: Estágio Supervisionado I

Carga Horária: 120 horas

Créditos: 8

Ementa

Visa à familiarização do aluno com a realidade empresarial e a aquisição de uma visão crítica do ambiente empresarial, a partir da observação do que ocorre na práxis administrativa e organizacional.

Este estágio poderá ser desenvolvido em organizações públicas, privadas ou não-governamentais de qualquer ramo de atividade. O aluno terá todas as disciplinas da formação básica e profissional visando à atuação em organizações, e poderá propor mudanças para os fenômenos observados.

Objetivo

- Proporcionar aos estudantes um aprendizado com a realidade, propiciando a complementação do ensino e da aprendizagem;
- Proporcionar uma visão abrangente e crítica da profissão para a qual está se preparando;
- Contribuir na preparação do estudante para o início de suas atividades profissionais;
- Possibilitar uma interação entre o meio acadêmico e a sociedade;
- Aplicar os conhecimentos acadêmicos na vivência prática.

Metodologias, técnicas e recursos de ensino e aprendizagem:

As metodologias estarão diretamente relacionadas às competências a serem trabalhadas e podem constituir-se de: trabalho em grupo, seminários, estudos de caso.

Metodologias, técnicas e recursos de avaliação:

As atividades do estagiário serão acompanhadas e/ou orientada por dois supervisores, sendo

um deles no local de estágio e o outro um professor supervisor de estágios.

Supervisor no local de estágio – deverá ser um profissional responsável pelo setor onde o estagiário desempenhará suas atividades ou pela própria organização, que se disponha a supervisionar e orientar as atividades do estudante na organização, acordado mediante o Termo de Compromisso do Orientador Local de Estágio.

Professores Supervisores de Estágio – a supervisão de estágio será realizada por professores da Instituição nomeados para este fim. O Supervisor de Estágio procederá à avaliação do aluno baseado nos relatórios apresentados, bem como sua observação quanto ao interesse, iniciativa e cumprimento dos prazos estabelecidos.

Responsabilidades dos Estagiários:

- Elaborar e encaminhar o Plano do Estágio, para o professor supervisor de estágio, no semestre anterior às disciplinas;
- Executar as atividades conforme o plano, levando em conta as normas da organização;
- Elaborar o Relatório Final de Estágio (Doc 6) e entregar na data prevista aos professores supervisores de estágio;
- Atuar conforme princípios éticos e morais.

5º PERÍODO

Identificação: Gestão de Finanças

Carga Horária: 60

Créditos : 04

Ementa

Compreender os conceitos iniciais sobre mercados financeiros; entender a dinâmica envolvida nas decisões de aplicações e investimentos de risco e retorno. Possibilitar a avaliação de ações e títulos de dívida, bem como os princípios de fluxo de caixa para orçamento de capital. Trabalhar com técnicas de análise de orçamento de capital. Possibilitar o entendimento sobre os custos de capital e dar uma visão introdutória sobre estrutura de capital. O papel de finanças e a função da administração financeira; o ambiente operacional da empresa; sistema financeiro nacional e instituições financeiras, taxa de juros; análise das demonstrações financeiras; análise econômico-financeira, depreciação e fluxo de caixa; planejamento financeiro de curto prazo; capital circulante líquido e fontes de financiamento de curto prazo; análise e administração do capital de giro: caixa e títulos negociáveis; duplicatas a receber e estoques.

Objetivos

Capacitar o aluno no entendimento das principais questões financeiras de longo prazo da empresa, tanto na gestão de investimentos, quanto das fontes de financiamento. Capacitar o aluno para analisar, de acordo com o binômio risco x retorno, a situação econômica e financeira da empresa. Analisar e decidir sobre estratégias de investimentos e financiamentos de curto e longo prazo da empresa.

Conhecimentos

- Tomada de decisão de investimentos.
- Análise da situação financeira de empresas através de indicadores.

- Contexto financeiro onde as empresas estão inseridas.
- Conhecer as modalidades de financiamento.
- Análise de aspectos do crédito e os instrumentos.
- Modelos de demonstrações financeiras.
- Ferramentas de administração financeira.
- Microcrédito e Cooperativismo de Crédito.

Metodologias, Técnicas e Recursos de Ensino e Aprendizagem:

- Aulas expositivas e dialogadas, com a utilização de textos e roteiros de apoio;
- Trabalhos em grupo e apresentação em plenário;
- Trabalho individual extraclasse;
- Recursos de vídeo, retroprojetor, laboratório de informática e "canhão".
- Estudo de caso.

Metodologias, Técnicas e Recursos de Avaliação:

A avaliação ocorre de forma processual acompanhando-se o desempenho do aluno através de exercícios, estudos de casos, provas e trabalhos individuais e em grupos.

Bibliografia Básica:

GITMAN, L. J. **Princípios de administração financeira**. São Paulo: Bookman, 2001.

ASSAF NETO, A. **Finanças Corporativas e Valor**. São Paulo: Atlas, 2003.

Bibliografia Complementar:

BRAGA, R. Fundamentos e técnicas de administração financeira. São Paulo: Atlas, 1998.

FLEURIET, Michel. **A dinâmica financeira das empresas brasileiras**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

ROSS, Stephen; WESTERFIELD, Randolph; JAFFE, Jeffrey. **Administração financeira**. São Paulo: Atlas, 2002.

BODIE, Zvi & MERTON, Robert C. **Finanças**. Porto Alegre: Bookman, 2002.

ROSS, S.; WESTERFIELD, R., JAFFE, J., **Administração financeira** – Corporate Finance. São Paulo: Atlas, 2002.

Identificação: Gestão de Comércio Internacional

Carga Horária: 60

Créditos : 04

Ementa

O tema proposto possibilita o entendimento da inserção das empresas no mercado global, partindo da análise das variáveis que influenciam o processo. Noções de Comércio: conceito, fundamentos econômicos do comércio. O novo ambiente competitivo: a economia globalizada e a formação de blocos econômicos. Órgãos Intervenientes do Comércio Exterior: órgãos nacionais e internacionais. Noções básicas de exportação e importação. Aspectos gerais da atividade de comércio exterior brasileira A inserção econômica do Brasil na ordem Internacional. A importância do comércio exterior para o Brasil. O processo de internacionalização da empresa brasileira e sua gestão. O perfil do profissional de Comércio Exterior.

Objetivos

Apoiar o aluno no entendimento de quais os fatores as empresas devem considerar quando entrando ou atendendo mercados internacionais e como tomar decisões estratégicas práticas no ambiente de negócios internacional. Possibilitar a apropriar-se dos conteúdos do Comércio Internacional, auxiliando-o a desenvolver a visão internacionalista, demonstrando as implicações da atividade no terreno sócio-econômico nacional e salientando a necessidade da inserção do Brasil no contexto econômico internacional; Compreender e avaliar as diferentes opções estratégicas de internacionalização disponíveis às empresas brasileiras. Desenvolver a capacidade de inserção na realidade de mercado e visão transdisciplinar.

Conhecimentos

- Modelos teóricos explicativos do potencial, estratégia e desempenho internacional
- Estratégias de entrada – contínuo estratégico

- Avaliação e seleção de países alvos
- Formação de blocos econômicos – o processo da regionalização
- Barreiras e Oportunidades à internacionalização
- Alianças Internacionais
- Estratégias de empresas multinacionais, internacionais, globais e transnacionais
- Características da Internacionalização em países emergentes
- Casos de empresas brasileiras

Metodologias, técnicas e recursos de ensino:

Além de aulas expositivas dialogadas, será utilizado o método de estudo de caso e serão empregados filmes em tópicos selecionados. Em diversas ocasiões os alunos serão chamados a apresentar tópicos que fizeram parte dos trabalhos de preparação e de verificação das semanas anteriores.

Métodos e Técnicas de Avaliação:

A avaliação será de forma processual, indicando-se as competências gerenciais desenvolvidas pelo aluno através da apresentação das soluções encontradas nos estudos de casos e do relato por escrito destas soluções.

Bibliografia Básica:

RATTI, Bruno. **Comércio internacional e câmbio**. São Paulo: Aduaneiras, 2001.

ROCHA, A **Internacionalização das Empresas Brasileiras**: estudos de gestão Internacional. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

Bibliografia complementar

BEHRENDTS, Frederico. **Comércio Exterior**. Porto Alegre: Síntese, 2002.

DERESKY, Helen. **Administração Global**: Estratégica e Interpessoal. Porto Alegre:

Bookman, 2003.

MAIA, J. Mariz. **Economia Internacional e Comércio Exterior**. São Paulo: Atlas, 2003.

MINERVINI, Nicola. **O Exportador**. São Paulo: Makron. 2000.

CATEORA, P. R. GRAHAM, J. L. **Marketing Internacional**. Rio de Janeiro: LTC, 2001.

competitividade e incrementalismo. In FUNDAÇÃO DOM CABRAL.
Internacionalização de Empresas Brasileiras. Rio de Janeiro: Qualitymark ,1996.

Identificação: Introdução ao Direito

Carga Horária: 60 horas

Créditos: 4

Ementa

Administrador/empresa e administração pública. Legislação básica. Direito civil e comercial. Noções sobre a Ciência do Direito e sobre o Estado. Abordagem de institutos jurídicos relevantes do Direito Constitucional, Direito Administrativo, Direito Civil, Direito Comercial, Direito do Trabalho e Direito Tributário.

Objetivos

Permitir que o estudante tenha um primeiro contato com o direito civil, comercial e trabalhista. Possibilitar o entendimento de aspectos legais inerentes à tomada de decisão e seu impacto.

Conhecimentos:

- Direito: contextualização e importância. Conceito, finalidades e características fundamentais. Ramos e fontes do Direito.
- Estado: noção, elementos, finalidade. Formas de governo.
- Direito Constitucional: ordenamento jurídico brasileiro e a hierarquia das normas. Direitos e garantias fundamentais. Separação dos Poderes e suas atribuições.
- Direito Administrativo: conceito. Princípios aplicáveis. Licitações. Servidores Públicos.
- Direito Civil: pessoa física e pessoa jurídica. Teoria geral dos contratos. Noções de Direito do Consumidor. Noções de Direito de Família e Sucessões.
- Direito Comercial: conceito de comerciante, atos de comércio, fundo de comércio, sociedades comerciais e responsabilidade dos sócios. Os novos contratos comerciais (leasing, franchising e factoring). Contratos Internacionais. Noções de títulos de

crédito.

- Direito Tributário. Tributos: conceito, espécies, fontes, vigência, aplicação e interpretação. Obrigação tributária: conceito, elementos, natureza, fato gerador, hipótese de incidência, sujeitos. Lançamento tributário: constituição do crédito, modalidades de lançamentos, suspensão, extinção e exclusão. Direito Tributário no Mercosul.
- Direito do Trabalho: finalidade. Diferença entre relação de trabalho e relação de emprego. Conceito de empregado e empregador. Características do contrato de trabalho. Tipos de contrato de trabalho. Espécies de trabalhadores (autônomo, avulso, eventual, doméstico, rural, temporário, etc.). Terceirização: como evitar riscos e problemas legais. Causas extintivas do contrato de trabalho e suas implicações.

Metodologias, Técnicas e Recursos de Ensino Avaliação de Aprendizagem:

As seguintes metodologias e técnicas estão relacionadas a título exemplificativo, sem prejuízo que o professor utilize outros recursos que considere relevantes ou opte pela não utilização de todos os que a seguir são mencionados.

- Aulas expositivas e dialogadas
- Trabalhos em grupo e preparação de seminários
- Leituras e fichamentos dirigidos
- Inserção de temas atuais e do cotidiano
- Estudos de caso
- Estudos à distância

Metodologias de Avaliação de Aprendizagem:

- Avaliações escritas: provas dissertativas e objetivas, fichamentos e trabalhos de pesquisa.
- Avaliações orais: provas orais, debates e seminários.

Bibliografia Básica:

BULGARELLI, W. **O Novo Direito Empresarial**. Rio de Janeiro: Renovar, 1999. 466 p.

LIMA, Hermes. **Introdução a ciência do direito**. 32. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: F. Bastos, 2002.

Bibliografia Complementar

BRASIL. **Código Civil**. Organização dos textos, notas remissivas e índices por Juarez de Oliveira. [S. l.: s. n., 19__].

BRASIL. **Código Comercial Brasileiro**. [S. l.: s. n., 19__].

BRASIL. **Código Tributário Nacional**. [S. l.: s. n., 19__].

DI PIETRO, M. S. Z.l. **Direito Administrativo**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 1998. 577 p.

BRASIL. **Consolidação das leis do trabalho**. Decreto-lei n. 5.452, de 1 de maio de 1943. Aprova a consolidação das leis do trabalho. [S. l.: s. n., 19__].

FÜHRER, M. C. A.; MILARÉ, É. **Manual de Direito Público e Privado**. 11. ed. São Paulo: RT, 1999. 398 p.

MAGANO, O. B. **ABC do Direito do Trabalho**. São Paulo: RT, 1998. 194 p.

Identificação: Gestão de Operações e Logística

Carga Horária: 60 horas

Créditos: 4

Ementa

Conceitos e aplicações das técnicas de gestão da produção e operações. Planejamento operacional de processos para produtos e serviços. Planejamento, controle e programação da produção e operações. Gestão das operações logísticas (compra, armazenagem, distribuição e transporte). Balanceamento da produção e operações. Gestão da tecnologia aplicada aos processos de gestão de operações industriais e de serviços.

Objetivos

Proporcionar conhecimentos para planejar, organizar e controlar um sistema de operações industrial e/ou de serviços compatível com a estratégia da organização.

Conhecimentos

- Planejamento de Operações
- Previsão de Demanda
- PCP: Programação e controle da produção
- Processamento de pedido: MRP
- Gestão de manutenção
- Arranjo Físico
- Indústria: produto, processo, celular e fixo
- Serviços
- Custos logísticos: de manutenção e de falta
- Planejamento e Controle de Estocagem: políticas e tipos de estoque
- Curva ABC
- Controle de Estoques.
- Aquisição: desenvolvimento e avaliação de fornecedores, processo de aquisição,

acompanhamento de pedidos

- Armazenagem e movimentação interna: recebimento e inspeção, características da estocagem/ almoxarifados, equipamentos de movimentação, localização de materiais.
- Distribuição Física: canais de distribuição, operadores logísticos e logística, terceirizada, modais.

Metodologias, técnicas e recursos de ensino e aprendizagem:

As metodologias estarão diretamente relacionadas às competências a serem trabalhadas e podem constituir-se de: trabalho em grupo, seminários, estudos de caso.

Metodologias, técnicas e recursos de avaliação:

A avaliação será feita no decorrer do percurso formativo, de forma individual e coletiva, utilizando-se de diferentes instrumentos como: resenhas, preparação e participação crítica e reflexiva em seminários, provas, relatórios de trabalho, entre outros, tendo como objetivo aferir o desenvolvimento das competências previstas.

Bibliografia básica

CHASE, N. et all. **Fundamentos da administração da produção**. Porto Alegre: Bookman, 2000.

BALLOU, R. H. **Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos: planejamento, organização e logística empresarial**. Porto Alegre: Bookmann, 2001.

Bibliografia complementar

BOWERSOX, D. J. **Logística Empresarial: o processo de integração da cadeia de suprimentos**. São Paulo: Atlas, 2001.

FITZSIMMONS, J. **Administração de Serviços**. Porto Alegre: Bookman, 2000.

GAITHER, N. **Administração da produção e operações**. São Paulo: Pioneira, 2001.

GOLDRATT, E. M.; COX, J. **A Meta: um processo de aprimoramento contínuo**. São Paulo: Educator, 1997.

SLOAN Jr. A. P. **Meus anos com a General Motors**. São Paulo: Negócios, 2001.

Identificação: Tecnologia e Gestão da Informação

Carga Horária: 60

Créditos: 04

Ementa

Introdução a Sistemas de Informações: conceitos e aplicações da tecnologia de informação. Gestão estratégica da informação. Alinhamento estratégico dos sistemas de informações. Gestão do conhecimento organizacional.

Objetivos

Proporcionar ao aluno o conhecimento sobre a gestão dos recursos informacionais na organização, considerando as necessidades e prioridades da estratégia organizacional, bem como as características específicas dos níveis administrativos. Desenvolver os conceitos sobre sistemas de informações, bem como a nomenclatura referente à informação e tecnologia de informação. Capacitar o aluno a ter uma visão sistêmica acerca das diversas áreas de uma organização.

Conhecimentos

- Visão Sistêmica da Organização e a Gestão de Processos Empresariais: resgate de conceitos básicos
- Evolução da Tecnologia de Informação (TI)
- Gestão estratégica das organizações com o uso da informação
- Gestão do Conhecimento
- Tipologias de Sistemas de Informação:
 1. BD (Banco de dados) / SGBD (Sistemas Gerenciadores de Banco de dados) (Datamining (mineração de dados))
 2. ERP (Enterprise Resource Planning)
 3. Workflow
 4. EDI (Eletronic Data Interchange)
 5. EIS (Enterprise Information System)

- Aplicações integradoras (correio eletrônico, agenda, videoconferência, etc.)
 6. As Empresas Virtuais
 7. E-business
 8. E-commerce

Metodologias, Técnicas E Recursos De Ensino e de Avaliação de Aprendizagem:

Os conteúdos serão desenvolvidos através de uma metodologia dinâmica, visando relacionar teoria e prática, promovendo a participação de todos os alunos através de aulas expositivas-dialogadas, relatos de pesquisas, seminários e debates e mecanismos de feedback. Utilização de softwares relacionados com os objetivos da disciplina. Palestrantes convidados (p.ex. demonstração de uma nova tecnologia). Recursos de multimídia.

Métodos e Técnicas de Avaliação:

O aluno será avaliado acompanhando-se o desenvolvimento de suas habilidades no uso de informações e de sistemas integrados de gestão, realizando-se simulações e estudos de caso aplicado à gestão da informação, bem como provas avaliativas para verificação dos conteúdos aprendidos.

Bibliografia Básica:

LAUDON, K. C.; LAUDON, J. P. **Sistemas de informações**. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1999.

O'BRIEN, J. A. **Sistemas de Informação e as decisões gerenciais na era da Internet**. São Paulo: Saraiva, 2001.

Bibliografia Complementar:

COLANGELO FILHO, L. **Implantação de sistemas ERP: um enfoque de longo prazo**. São Paulo: Atlas, 2001.

DAVENPORT, T. H.; PRUSAK, L. **Conhecimento empresarial**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

DAVENPORT, T. H. **Ecologia da informação**. São Paulo: Futura, 1998.



Laureate International Universities®

R. Luiz Afonso, 84, Cidade Baixa - 90050-310
R. General Vitorino, 25, Centro - 90020-171
Fone/Fax (51) 3251-1111
Porto Alegre - RS
esade@esade.com.br

McGEE, J.; PRUSAK, L. **Gerenciamento estratégico da informação**. Rio de Janeiro: Campus, 1994.

NORRIS, G. et al. **E-Business e ERP: transformando a organização**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

WALTON, R. **Tecnologia de informação**. São Paulo: Atlas, 1998.

6º PERÍODO

Identificação: Pesquisa Operacional

Carga Horária: 60

Créditos: 04

Ementa

Aborda o panorama histórico da pesquisa operacional. Focaliza o desenvolvimento de projeto: geração de idéias. Modelagem matemática. Programação linear. Métodos gráficos, Simplex, Excel. Programação inteira. Programação dinâmica: métodos gráficos, métodos numéricos. Teoria de Redes (PERT/CPM). Possibilita a compreensão e, principalmente, utilização das ferramentas de pesquisa operacional e teoria de redes na solução (racionalização e otimização) de problemas e processos organizacionais. Possibilita, ainda, a compreensão da relação entre eventos em um mesmo processo ou projeto, identificando, entre outros aspectos, eventos sequenciais, paralelos e dependentes.

Objetivos

Compreender a natureza matemática dos problemas da realidade. Capacitar o aluno a modelar matematicamente problemas reais. Desenvolver habilidades para o uso de ferramentas de pesquisa operacional e teoria de redes na solução de problemas e otimização e racionalização de processos organizacionais. Capacitar o aluno a compreender e planejar projetos e eventos interdependentes. Capacitar o aluno a interpretar dados da realidade, avaliando suas relações.

Conhecimentos

- Fases do processo de modelagem. Aplicabilidade, Importância da Pesquisa Operacional

- Modelagem utilizando Programação Linear
- Introdução à programação Linear - Etapas para formulação do problema. Exercícios de Modelagem. Resolução de Problemas utilizando o método gráfico. Apresentação do método Simplex. Resolução de Problemas utilizando o solver do Excel e LINDO.
- Análise de sensibilidade
- Programação Inteira - Introdução. Conceitos básicos. Algoritmos de resolução. Campos de aplicação. Exercícios de Modelagem - Prog. Inteira. Resolução de Problemas utilizando programas computacionais
- Simulação Computacional - Introdução. Conceitos básicos. Campos de aplicação. Softwares existentes. Utilização de software para resolução de problemas.
- Teoria de Redes - Gerenciamento de projetos - Técnicas de Gestão de Projetos. Gráficos de Gantt. PERT-CPM. Corrente Crítica.

Metodologias, técnicas e recursos de ensino :

- Aulas expositivas e dialogadas (utilização de textos e roteiros);
- Trabalhos em grupos, com apresentações em plenário;
- Recursos de vídeo, projetores e retroprojetores;
- Dinâmicas de grupo.

Metodologias, técnicas de avaliação:

Estudos de caso; provas e trabalhos em grupo; trabalhos extra-classe.

Bibliografia básica

LACHTERMACHER, Gerson. **Pesquisa Operacional na tomada de decisões**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

SILVA, E. M. et al. Pesquisa operacional para os cursos de economia, administração e ciências contábeis. São Paulo: Atlas, 1998.

Bibliografia complementar

ANDRADE, E.L. **Introdução à pesquisa operacional**. Rio de Janeiro: LTC, 1998.

BRONSON, R. **Pesquisa operacional**. São Paulo: McGraw-Hill, 1985.

PRADO, Darci. **Programação linear**. Belo Horizonte: DG, 1999.

Identificação: Plano de Negócios

Carga Horária: 60 horas

Créditos: 4

Ementa

O processo de planejamento de um novo negócio ou unidade de negócio. Planejamento para expansão. O Plano de Negócio, análise de mercado e de viabilidade. Os custos, as receitas e o lucro. Fontes e planos de financiamento.

Objetivos

Proporcionar capacitação para elaborar um projeto de um novo negócio ou unidade de negócio, ou até mesmo expansão de um negócio, analisando a viabilidade e a implementação.

Conhecimentos

- Conceito de plano de negócio
- Criatividade e inovação
- Idéia e oportunidade
- Etapas de um plano de negócios
- Análise e estruturação das diversas áreas que compõem a empresa
- Estudos de Viabilidade econômico-financeira de um negócio
- Financiamentos
- Etapas de abertura de um negócio

Metodologias, Técnicas E Recursos De Ensino E Aprendizagem

As metodologias estarão diretamente relacionadas às competências a serem trabalhadas e podem constituir-se de: trabalho de grupo, trabalho individual, seminários, estudos de caso e elaboração de um plano de negócio.

Metodologias, Técnicas E Recursos De Avaliação

A avaliação será feita no decorrer do percurso formativo, de forma individual e coletiva, utilizando-se de diferentes instrumentos como resenhas, preparação e participação crítica e reflexiva em seminários, provas, relatórios de trabalho, plano de negócio, entre outros, tendo como objetivo aferir o desenvolvimento das competências previstas.

Bibliografia básica

SALIM, S. **Construindo Planos de Negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luíza**. São Paulo: Empório, 1999.

Bibliografia complementar

MARTINS, Eliseu. **Avaliação de Empresas**. São Paulo: Atlas, 2001.

WILLIAMS, Edward. et Al. **Plano de negócios**. São Paulo: Publifolha, 2002.

CLEMENTE, Ademir. **Projetos empresarias e públicos**. São Paulo: Atlas, 2002.

Identificação: Direito Aplicado na Empresa

Carga Horária: 60

Créditos Acadêmicos: 04

Ementa

Aspectos que envolvem juridicamente as relações das organizações. Contratos de sociedades. Empréstimos. Tipos jurídicos de empresas. Requisitos de validade de contratos. Prestação de serviços. Franquias. Representação Comercial. Terceirização e quarteirização.

Objetivos

Possibilitar ao aluno a compreensão dos conceitos que envolvem a elaboração de contratos. Desenvolver a capacidade de relacionar os conceitos do Direito ao seu cotidiano profissional como Administrador. Discutir as diferentes formas de atuação no mercado.

Conhecimentos

- Direito Administrativo: conceito. Princípios aplicáveis. Licitações. Servidores Públicos.
- Direito Civil: pessoa física e pessoa jurídica. Teoria geral dos contratos. Noções de Direito do Consumidor. Noções de Direito de Família e Sucessões.
- Direito Comercial: conceito de comerciante, atos de comércio, fundo de comércio, sociedades comerciais e responsabilidade dos sócios. Os novos contratos comerciais (leasing, franchising e factoring). Contratos Internacionais. Noções de títulos de crédito.
- Direito Tributário. Noções de tributos e legislação.
- Direito do Trabalho: finalidade. Diferença entre relação de trabalho e relação de emprego. Conceito de empregado e empregador. Características do contrato de trabalho. Tipos de contrato de trabalho. Espécies de trabalhadores (autônomo,

avulso, eventual, doméstico, rural, temporário, etc.). Terceirização: como evitar riscos e problemas legais. Causas extintivas do contrato de trabalho e suas implicações.

Metodologias, Técnicas e Recursos de Ensino Avaliação de Aprendizagem:

As seguintes metodologias e técnicas estão relacionadas a título exemplificativo, sem prejuízo que o professor utilize outros recursos que considere relevantes ou opte pela não utilização de todos os que a seguir são mencionados.

- Aulas expositivas e dialogadas
- Trabalhos em grupo e preparação de seminários
- Leituras e fichamentos dirigidos
- Inserção de temas atuais e do cotidiano
- Estudos de caso
- Estudos à distância

Metodologias de Avaliação de Aprendizagem:

- Avaliações escritas: provas dissertativas e objetivas, fichamentos e trabalhos de pesquisa.
- Avaliações orais: provas orais, debates e seminários.

Bibliografia Básica:

BRASIL. **Código Comercial Brasileiro**. [S. l.: s. n., 19__].

BRASIL. **Constituição (1988)**. Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado, 1988.

BULGARELLI, W. **O Novo Direito Empresarial**. Rio de Janeiro: Renovar, 1999. 466 p.

Bibliografia Complementar:

FERNANDES, E. C. **Sistema Tributário do Mercosul**. 2. ed. São Paulo: RT, 1999. 210 p.

MARTINS, S. P. **Direito do Trabalho**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2000. 789 p.

QUEIROZ, O. N. C. **Biblioteca de Direito do Consumidor**. Da responsabilidade por vício do produto e do serviço. v.11. São Paulo: RT, 1998. 216 p.

RIZZARDO, A. **Factoring**. 2. ed. São Paulo: RT, 2000. 175 p.

_____. **Leasing** - arrendamento mercantil no direito brasileiro. 4. ed. São Paulo: RT, 2000. 312 p.

MAGANO, O. B. **ABC do Direito do Trabalho**. São Paulo: RT, 1998. 194 p.

Identificação: Orçamento Empresarial e Avaliação de Investimentos

Carga Horária: 60 horas

Créditos: 4

Ementa:

A disciplina visa à abordagem de modelos de avaliação de empresas e projetos de investimento em condições de risco. Análise de orçamento e avaliação crítica da situação empresarial no que tange aos aspectos financeiros de curto e longo prazo. Investimentos e análise de viabilidade.

Objetivos

Capacidade de realizar estudos de viabilidade econômico-financeira, considerando os aspectos estratégicos, mercadológicos, técnico-operacionais, de recursos humanos, econômico-financeiros e informacionais. Capacidade de comprometer-se com suas ações e responsabilizar-se pelos resultados. Capacidade de demonstrar raciocínio lógico, crítico e analítico para intervir criativamente em diferentes contextos organizacionais e sociais;

Conhecimentos:

- Orçamento e recursos
- Enfoque da empresa como um conjunto de projetos.
- Confecção de fluxos de caixa para a avaliação de empresas.
- Principais ferramentas para avaliação.
- Conceitos intuitivos e formais sobre risco.
- Derivação do CAPM e APT, e cálculo do custo do capital.
- Diferentes enfoques para o custo do capital: WACC, APV

Metodologias, técnicas e recursos de ensino e aprendizagem:

Utilização de estudos de casos, desenvolvimento de projetos simulados de investimentos,

trabalhos em grupo e aula dialogada.

Metodologias, técnicas e recursos de avaliação:

Trabalhos em grupo e provas dissertativas e objetivas.

Bibliografia básica

COPELAND, T., KOLLER, T., MURRIN, J. Avaliação de Empresas –Valuation – Calculando e gerenciando o valor das empresas. São Paulo: Pearson, 2002.

DAMODARAN, A. Finanças Corporativas. Teoria e Prática. Porto Alegre: Bookman, 2004.

Bibliografia complementar

ASSAF NETO, A. **Finanças Corporativas e Valor**. São Paulo: Atlas, 1ª ed., 2003.

BREALEY, R. A. e MYERS, S. C. **Princípios de Finanças Empresariais**. New York: McGraw Hill, 1992.

ROSS, S. A., WESTERFIELD, R. W., e JAFFE, J. F. **Administração Financeira**. São Paulo: Atlas, 1995.

BODIE, Z., KANE, A. & MARCUS, A. J. **Fundamentos de Investimentos**. Porto Alegre :3a ed., Bookman, 2000.

MARTINS, E. **Avaliação de Empresas: Da Mensuração Contábil à Econômica**. São Paulo: Atlas, 2001.

Identificação: Jogos Empresariais II

Carga Horária: 60 horas

Créditos: 4

Ementa

Laboratório vivencial que representa a realidade de mercado. Desenvolvimento de habilidades para tomada de decisão e visão sistêmica através de um jogo empresarial que representa um simulador de decisão semelhante ao que ocorre no mercado.

Objetivos

Desenvolver a capacidade de raciocínio analítico e de tomada de decisão a partir de dados extraídos da realidade. Proporcionar a visão sistêmica da função de administrar uma empresa.

Conhecimentos

- Visão sistêmica
- Áreas da empresa: finanças, recursos humanos, produção,/operações, marketing
- Funções gerenciais: planejamento, direção, controle, avaliação.
- Mercado e oportunidade

Metodologias, técnicas e recursos de ensino e aprendizagem:

Leituras e estudos dirigidos, resoluções de problemas, simulador ou ferramenta que possibilite o jogo. Utiliza-se de recursos físicos como retroprojetor, quadro negro, disposição das classes, computador e canhão.

Metodologias, técnicas e recursos de avaliação:

Participação nas aulas e nos exercícios, realização das leituras indicadas, contribuição para o desenvolvimento das aulas e dos conteúdos.

Bibliografia

Livros utilizados nas demais disciplinas.

7º PERÍODO

Identificação: Gestão de Projetos

Carga Horária: 60

Créditos: 04

Ementa

Aborda as questões fundamentais relacionadas com a gestão de projetos Apresenta as principais técnicas, procedimentos e etapas envolvidas na execução de projetos, preparando os alunos para atingir os resultados planejados dentro do prazo e de acordo com o orçamento previsto, mesmo trabalhando com recursos limitados.

Objetivos

Desenvolver a habilidade para aplicar a metodologia de projetos, sendo capaz de elaborar, analisar e gerir um projeto.

Conhecimentos

- O Ambiente do Projeto e sua Gestão
- Introdução à gestão de projetos
- Visão integrada da gestão de projetos
- O papel e habilidades do gerente de projetos
- Conceitos, fundamentos e definição de Projetos.
- Processos na administração de projetos.
- Planejamento de projetos: objetivos dos projetos, identificação de atividades, estimação de recursos, estimação de custos, definição e seqüenciamento de

atividades, montagem de uma rede de projeto, estimativas de duração de atividades, caminho crítico.

- Ferramentas auxiliares para o planejamento e controle de projetos, conhecimento dos softwares disponíveis, noções básicas, menus e principais comandos.
- Gestão de projetos: o gestor, equipes, tempo, recursos.

Métodos e Técnicas de Ensino-Aprendizagem:

Exercício Prático: Elaboração de um projeto que envolva as fases de iniciação, planejamento, execução, controle e encerramento. O projeto deverá ser executado em grupo.

Métodos e Técnicas de Avaliação:

Trabalhos em grupos e participação no processo de aprendizagem.

Bibliografia básica

KERZNER, H. **Gestão de projetos**. Porto Alegre: Bookman, 2002.

ROLDÃO, V. S. **Gestão de projetos**. Editora: EdUFSCar. 2004.

Bibliografia complementar

COHEN, D. **Gestão de projetos**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

VALERIANO, D. **Gerenciamento Estratégico e Administração por Projetos**. Editora: Pearson. 2001.

VERZUH, E. **Gestão de Projetos**. Editora: Campus. 2002.

MAXIMINIANO, Antonio C. A. **Administração de Projetos**: transformando idéias em resultados. São Paulo: Atlas, 2002

VARGAS, R. V. **Gerenciamento de projetos**. Rio de Janeiro: Brasport, 2002.

Identificação: Gestão da Empresa Familiar

Carga Horária: 60

Créditos: 4

Ementa

Histórico das empresas familiares no Brasil. Compreensão de como funcionam as empresas familiares nas perspectivas empresariais, familiares e societárias. Os ciclos de vida do indivíduo, da família, da empresa e das empresas familiares. Os processos de sucessão e conflitos típicos vivenciados em empresas familiares. Padrões de empresas familiares de sucesso.

Objetivos

Desenvolver compreensão da empresa familiar através de suas complexidades, peculiaridades, fragilidades e potencialidades.

Conhecimentos

- Conceito de empresa familiar
- Ciclo de vida
- Relação indivíduo, família e organização
- Cultura organizacional
- Conflitos na empresa familiar
- Processo sucessório

Bibliografia básica

GERSICK, K. et Al. **De Geração para Geração**. São Paulo: Negócios, 1997.

Bibliografia complementar

BERHOEFT, Renato. **Empresas familiares brasileiras**. São Paulo: Nobel, 1993.

BERHOEFT, Renato & GALLO, Miguel. **Governança na Empresa Familiar**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

LODI, João B. **Sucessão e conflito na empresa familiar**. São Paulo: Pioneira, 1993.

TONDO, Cláudia. O ciclo de vida do indivíduo, da família e da empresa familiar. In: **Inter-relações: Temas em Processos de Grupos**. Porto Alegre: PUC-RS, 1999.

TONDO, Cláudia. Empresas Familiares: processos de liderança e ciclo de vida. **Tese de Doutorado**, PUC-RS, 1999.

8º PERÍODO

Identificação: Administração Estratégica

Carga Horária: 60

Créditos: 04

Ementa

As origens do conceito de estratégia. Os desafios estratégicos das empresas. A oferta em mercados. A definição da missão da empresa. O traçado de cenários para o planejamento estratégico. O conceito de cadeia de valor. O planejamento estratégico. Possibilitar que o aluno compreenda o processo de administração estratégica e ajudá-lo a conhecer as ferramentas analíticas para a formulação de estratégias para a área de logística e operações. Auxiliar o discente a identificar e acompanhar as importantes mudanças que ocorrem nos ambientes econômico, social e tecnológico no país e no mundo.

Objetivos

Possibilitar a compreensão do processo de administração estratégica e conhecer as ferramentas de formulação de estratégias. Relacionar informações teóricas com o mundo de negócios. Auxiliar a identificar e acompanhar as mudanças que ocorrem no ambiente. Interpretar e construir diferentes cenários para análise de ambiente. Identificar a necessidade da mudança organizacional e analisar as diferentes alternativas estratégicas.

Conhecimentos:

Fundamentos da Estratégia Competitiva

- Análises do Setor e da Concorrência
- O modelo de análise de Porter
- O grau de atratividade do Setor
- A rivalidade entre empresas existentes
- O poder de negociação dos compradores e dos fornecedores
- A ameaça de novos concorrentes e de produtos substitutos
- O conceito de vantagem competitiva
- A vantagem de Custo
- A vantagem de Diferenciação
- Dimensões competitivas em manufatura e serviços
- A cadeia de valor
- Origens das posições competitivas
- Opções estratégicas e objetivos
- Controle de processo identificando atividades de controle estratégico através de indicadores e avaliação de resultados.
- Recursos críticos, competências essenciais e fatores "chave" de sucesso
- A competição pelo futuro.

Metodologias, técnicas e recursos de ensino:

Além de aulas expositivas dialogadas, será utilizado o método de estudo de caso e serão empregados filmes em tópicos selecionados. Em diversas ocasiões os alunos serão chamados a apresentar tópicos que fizeram parte dos trabalhos de preparação e de verificação das semanas anteriores.

Métodos e Técnicas de Avaliação:

A avaliação será de forma processual, indicando-se as competências gerenciais desenvolvidas pelo aluno através da apresentação das soluções encontradas nos estudos de casos e do relato por escrito destas soluções.

Bibliografia básica:

MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. **Safári de Estratégia**. Porto Alegre: Bookman, 1999.

MINTZBERG, H. **O Processo da Estratégia**. Porto Alegre: Bookman Companhia Ed., 2001

Bibliografia complementar:

AAKER, D. **Administração Estratégica de mercado**. Porto Alegre: Bookman Companhia Ed , 2001

BETHLEM, A. **Estratégia Empresarial**. São Paulo: Atlas, 2002.

HITT, M. A.; IRELAND, R. D.; HOSKISSON, R. E. **Administração Estratégica**. Ed. Thomson, 2002.

MONTGOMERY, C. A. e PORTER, M. (org); **Estratégia** - A busca da vantagem Competitiva. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

OLIVEIRA, D.P. R. **Estratégia empresarial & vantagem competitiva**. São Paulo: Atlas, 2001.

Identificação: Responsabilidade Social

Carga Horária: 60 horas

Créditos: 4

Ementa

A crise do meio ambiente; Relação sociedade e meio ambiente; Legislação Ambiental; Gestão Ambiental; Elementos de Política Ambiental; Instrumentos de Regulação e Controle x Instrumentos Econômicos; Princípios da Economia Ecológica; Auditoria Ambiental; Selo Verde, O processo de Avaliação de Impacto Ambiental, Papel social das Organizações; As Organizações não governamentais e a temática ambiental. Desenvolvimento Sustentável - conceitos e implicações para a sociedade e organizações. Conceituação de Responsabilidade Social, interfaces e inserção no contexto globalizado. Processo produtivo e responsabilidade social. Ações institucionais de proteção à mulher, à criança e ao adolescente, à comunidade. Vantagens empresariais com a institucionalização da Responsabilidade Social. Ética empresarial. Lucratividade e ética nas empresas. Cidadão, cliente e consumidor. Responsabilidade Social das Empresas. Auditoria social e indicadores.

Objetivos

Aprofundar e discutir os alicerces em que se deve sustentar a responsabilidade social. Apresentar uma visão crítica de responsabilidade social e sua aplicação nas organizações.

Conhecimentos

- Organização e sociedade
- Meio ambiente
- Desenvolvimento sustentável
- Aplicação da responsabilidade social
- Balanço social

- Cidadania e voluntariado

Bibliografia Básica

MELO NETO, Francisco P. **Gestão de Responsabilidade Social Corporativa: o caso brasileiro.** Rio de Janeiro. QUALITY MARK, 2002.

Bibliografia Complementar

GILBERT, M.J. **ISO 14000/BS7750: Sistema de Gerenciamento Ambiental.** São Paulo: IMAM, 1995.

KINLAW, D.C. **Empresa Competitiva ecológica: Estratégia e ferramentas para uma administração consciente, responsável e lucrativa.** São Paulo: Makron, 1997.

MELO NETO, Francisco P.; FROES, C. **Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial.** Rio de Janeiro. Qualitymark, 2002.

OLIVEIRA, Marcos A. L. **SA 8000: o modelo ISO 9000 aplicado à responsabilidade social.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

Identificação: Ciência Política

Carga Horária: 60 horas

Créditos: 4

Ementa

O objeto da Ciência Política. Relações de poder/dominação. Poder e ideologias. Instituições e poder: o público e o privado. Políticas públicas: Estado e sociedade civil. Globalização: cenários culturais e políticos. O regional e o Global.

Objetivos

Capacitar o aluno a pesquisar e discutir os problemas (teóricos/práticos) relacionados às relações de poder e dominação

Habilitar o aluno a compreender a relação científica entre Instituições e Poder
Instrumentalizar o aluno para reflexão, análise e atitude crítica e ética da ação das instituições públicas e privadas no seu papel para o desenvolvimento social.

Conhecimentos

- Objeto da Ciência Política: relações de poder, potência e dominação
- Ideologias Políticas e Sociedade: liberalismo, nacionalismo, terrorismo, feminismo, ecologismo e democracia
- A morfologia do Estado: o Público e o Privado I
- A função pública das instituições
- Modernidade e pós-modernidade: O Público e o Privado II
- Modernidade e pós-modernidade: a cultura pós-moderna. A fragmentação da sociedade e a aldeia global

Metodologias, técnicas e recursos de ensino e aprendizagem:

Utilização de estudos de casos, desenvolvimento de discussões a partir da análise de artigos, trabalhos em grupo e aula dialogada.

Metodologias, técnicas e recursos de avaliação:

Trabalhos em grupo e provas dissertativas e objetivas. Desenvolvimento de um paper.

Bibliografia Básica

1. BONAVIDES, Paulo. **Ciência Política**. 11. ed. São Paulo: Malheiros, 2005

Bibliografia Complementar

ARENDDT, Hannah. **A Condição Humana**. Rio de Janeiro: (Trad. Roberto Raposo) Forense Universitária, 1989.

BAUMAN, Zygmunt, **O Mal-estar da Pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998.

BOBBIO, Norberto. **Estudos Sobre Hegel: Direito e Sociedade Civil**, Estado 2.ed. Ed. São Paulo: (Trad. Luiz Sergio Henrique e Carlos Nelson Coutinho) Brasiliense, 1991.

_____. **O Futuro da Democracia: Uma Defesa das Regras do Jogo**. 3 ed. Rio de Janeiro: (Trad. Marco Aurélio Nogueira). Paz e Terra, 1987.

_____. **A Era dos Direitos**. Rio de Janeiro: (Trad. Carlos Nelson Coutinho) Editora Campos, 1990.

CASSIER, Ernest. **A Filosofia do Iluminismo**. (Trad. Alvaro Cabral) Campinas: Editora Unicamp, 1992.

_____. **Antropologia Filosófica**, Mexico, Fondo de Cultura Economica, 1992.

CHEVALLIER, Jean-Jaques. **As Grandes Obras Políticas de Maquiavel à Nossos Dias**, 6. ed. Rio de Janeiro: Agir, 1993.

EDMOND, Michel-Pierre. **Maquiavel et la question de la Nature**. IN: Revue de Metaphysique et Morale. Paris nr. 3, 1989.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder**. 7. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

HABERMAS, Jurgen, **Mudança Estrutural na Esfera Publica** Rio de Janeiro: Biblioteca Tempo Universitário n°76, 2003.

HOBBS, Thomas. **A Natureza Humana**. (Trad. João Aloisio Lopes), Lisboa: FCSH da Universidade Nova de Lisboa, 1984.

_____. **Do Cidadão**. São Paulo: (Trad. Renato Janine Ribeiro) Martins Fontes, 1992.

_____. **Leviatã**. IN: Os Pensadores. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

KANT, Imanuel. **Crítica da Razão Prática**. Lisboa: (Trad. Arthur Mourão) Edições 70, 1989.

McPHERSON, C.B. **A Teoria Política do Individualismo Possessivo de Hobbes a Locke**. Rio de Janeiro: (Trad. Nelson Dantas) Paz e Terra, 1979.

NIETZSCHE, Friedrich, **Obras Incompletas**, 3.ed. São Paulo: Abril Cultural, 1983

ROSENFELD, Denis L. **Do Mal, para introduzir em Filosofia o conceito do Mal**. Porto Alegre: L&PM, 1988.

_____. **Filosofia Política e Natureza Humana, uma Introdução à filosofia política**. Porto Alegre: L&PM, 1990.

_____. **A Ética na Política: Ventura e Desventuras Brasileiras**. São Paulo: Brasiliense, 1992.

VINCENT, Andrew. **Ideologias Políticas Modernas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1995.

Eletivas de Marketing

Identificação: Desenvolvimento e Gerência de Produtos e Serviços

Carga Horária: 60 horas

Créditos: 4

Ementa

Estudos dos componentes do produto. Imagens do produto. Serviços do produto, garantias, políticas do produto, família e linha de produtos. Simplificação, diversificação, durabilidade, qualidade, rentabilidade, ciclo de vida. Decisões sobre os serviços de apoio ao produto. Decisões sobre mix do produto. Estratégias e planejamento do produto. Discussão do processo de desenvolvimento de novos produtos dentro das empresas, envolvendo o gerenciamento do composto de produto da organização.

Objetivos

Apresentar os conceitos de administração de produtos, serviços, varejo e seus preços sob a ótica mercadológica. Desenvolver nos estudantes a capacidade de desenvolver, lançar e gerenciar produtos e linhas de produtos. Compreender o processo de concepção, desenvolvimento de novos produtos dentro de diversos contextos organizacionais.

Apropriar-se das ferramentas empregadas dentro do desenvolvimento de novos produtos. Entender as técnicas envolvidas no processo de gestão de composto e portfólio de produtos e marcas.

Conhecimentos

- Produto: definições e tipos
- Etapas do processo de desenvolvimento
- Design de produto

- Análise de oportunidades de mercado e avaliação de potencial de venda
- Relação entre as áreas no desenvolvimento de produtos
- Gerencia de composto de produto
- Arquitetura de marca (Branding)

Metodologias, técnicas e recursos de ensino e aprendizagem:

Aulas expositivas, realização de projeto de desenvolvimento de novos produtos, discussões em grupo e análise de casos de estudo empresariais.

Metodologias, técnicas e recursos de avaliação:

Realização de projetos e trabalhos em grupos, bem como a aplicação de provas e apresentação de seminários.

Bibliografia básica

MATTAR, Fauze N.; SANTOS, Dilson G. dos. **Gerência de produtos**: como tornar seu produto um sucesso. São Paulo: Atlas, 1999.

HOOLEY, Graham J. **Estrategia de Marketing e Posicionamento Competitivo**. São Paulo: Makron, 2001.

Bibliografia Complementar

GOBE, Antonio et al. **Gerencia de produtos**. São Paulo: Saraiva, 2003.

IRIGARAY, Helio et al. **Gestão e desenvolvimento de produtos e marcas**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.

KAPFERER, Jean-Noel. **Marcas à prova prática**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

QUELCH, John & HARDING, David. **Marcas do fabricante versus marcas próprias**: lutando para vencer. IN **Administração de marcas** – Harvard Business Review. São Paulo: Campus, 2000.

DAY, G. et al. **Gestão de tecnologias emergentes** – a visão da Wharton School. Porto

Alegre: Bookman, 2003.

Identificação: Gestão de Vendas

Carga Horária: 60 horas

Créditos: 4

Ementa

A evolução do marketing e o papel das vendas. Diferenças entre marketing e vendas. Aspectos fundamentais da administração de vendas. A relação do composto comunicação e o composto de marketing. O papel das vendas dentro do composto de comunicação. A administração de vendas como campo de trabalho. Planejamento e administração da força de vendas: estimativa de potencial de mercado, previsão de vendas, orçamento e quotas de vendas, zoneamento e território de vendas, recrutamento, seleção e treinamento da equipe de vendas, liderança e supervisão da força de vendas. gerenciamento da equipe de vendas.

Objetivos

Apresentar os conceitos de administração de vendas, proporcionando um entendimento das funções de venda dentro do gerenciamento de marketing das empresas. Identificar o papel das vendas no composto de marketing e no composto organizacional. Desenvolver nos estudantes a compreensão da organização e implementação e acompanhamento de uma equipe de vendas.

Conhecimentos

- Posicionamento da área de vendas no composto de Marketing
- Organização de vendas
- Planejamento de vendas
- Zoneamento e roteiro de vendedores
- Funções da área comercial
- Recrutamento / Seleção e Treinamento da área de vendas .
- Sistemas de remuneração da área comercial

- Avaliação e controle do esforço de vendas

Metodologias, técnicas e recursos de ensino e aprendizagem:

Aulas expositivas, realização de trabalho e discussões em grupo, análise de casos de estudo empresariais.

Metodologias, técnicas e recursos de avaliação:

Realização de projetos e trabalhos em grupos, bem como a aplicação de provas e apresentação de seminários.

Bibliografia básica

COBRA, Marcos. **Vendas**. São Paulo: Marcos Cobra, 2001.

Bibliografia Complementar

CANDELORO, Raul. **Criatividade em Vendas**. São Paulo: Futura, 2002.

FUTRELL, Charles M. **Vendas - Fundamentos e Novas Práticas de Gestão**. São Paulo: Saraiva, 2003.

MOREIRA J. et al. **Administração de Vendas**. São Paulo: Saraiva, 2000.

STANTON, W. & SPIRO, R. **Administração de Vendas**. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

Identificação: Pesquisa e Comportamento

Carga horária: 60 horas

Créditos: 4

Ementa

Discussão de temas sobre o sistema de informações em marketing e o processo de pesquisa de marketing, permitindo o desenvolvimento de um estudo mercadológico. Avalia a obtenção de informações do mercado, subsidiando, dessa forma, a tomada de decisão em

marketing. O comportamento do consumidor final. O comportamento do consumidor organizacional. Modelos de tomada de decisão de compra do consumidor. O ambiente e suas influências no processo de compra. Diferenças individuais e o comportamento de compra. Processos psicológicos do consumidor. As teorias dominantes na área.

Objetivos

Desenvolver uma pesquisa de mercado; Compreender o processo de análise e tomada de decisão a partir dos dados pesquisados. Entender as relações entre as diversas fontes de informações de mercado e o processo decisório nas organizações. Desenvolver a capacidade de planejar, coletar, analisar e apresentar estudos de mercado a partir de metodologias de pesquisa apropriadas.

Conhecimentos:

- Sistema de informações em marketing: importância, componentes, estruturação do SIM.
- Pesquisa de marketing: tipos de aplicações, finalidades, vantagens e desvantagens
- Conceitos fundamentais de pesquisa em marketing: importância para o processo decisório.
- Conhecendo o mercado consumidor
- Comportamento do consumidor
- Medidas e escalas em marketing: escalas de medida (nominal, ordinal, intervalar e razão). Escalas atitudinais.
- Instrumento de coleta de dados: organização das variáveis, pré-teste.
- Planejamento e execução da coleta de dados.
- Apresentação dos resultados: construção de relatório de pesquisa, formas de apresentação de dados.

Metodologias, técnicas e recursos de ensino e aprendizagem:

Aulas expositivas, discussões em grupo, análise de casos de estudo empresariais e

desenvolvimento de projetos de pesquisa.

Metodologias, técnicas e recursos de avaliação:

Realização de projetos e trabalhos em grupos, bem como a aplicação de provas e apresentação de seminários.

Bibliografia básica

MALHOTRA, N. et al. **Introdução à Pesquisa de marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

SOLOMON, Michael R. **O Comportamento do Consumidor** - Comprando, Possuindo e Sendo. Porto Alegre: Bookman, 2002.

Bibliografia complementar

AAKER, D. A.; KUMAR, V.; DAY, G. **Pesquisa de Marketing**. São Paulo: Atlas. 2001.

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de Pesquisa em Administração**. 7a ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

MALHOTRA, N. **Pesquisa de marketing**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MOWEN, John C. & MINOR, Michael S. **Comportamento do Consumidor**. São Paulo: Prentice Hall. 2002

SCHIFFMAN, L. & KANUK, L. **Comportamento do consumidor**. Rio de Janeiro: LTC, 2001.

REA, L. M.; PARKER, R. A. **Metodologia da Pesquisa**: do planejamento à execução. São Paulo: Pioneira, 2000.

Identificação: Gestão do Composto de Comunicação e Promocional

Carga horária: 60 horas

Créditos: 4

Ementa

Visão geral do composto de comunicação dentro do Marketing com ênfase na propaganda, promoções, publicidade e relações públicas. A interação dos componentes no processo de comunicação em marketing. Visão dos públicos da organização. Ações de comunicação. Integração da comunicação com o plano de marketing. Estratégias de propaganda e de promoção de vendas. O papel do composto de comunicação na estratégia de marketing. Apresentação das técnicas de organização e planejamento de eventos promocionais, congressos, convenções e outras atividades de difusão coletiva. O estudo da formação de vendas e do merchandising, objetivos, estratégia promocional. Sistemas promocionais. Estágios do produto. Análise de demanda.

Objetivos

Desenvolver a capacidade de visualizar e abordar situações de comunicação. Capacitar os estudantes para o desenvolvimento de um plano de comunicação empresarial integrado. Capacitar os estudantes para o desenvolvimento de um plano de promoções integrado.

Bibliografia básica

SHIMP, Terence A. **Propaganda e Promoção** - Aspectos complementares da comunicação integrada de marketing. Porto Alegre: Bookman, 2002.

OGDEN, James R. **Comunicação Integrada de Marketing** - Modelo prático para um plano criativo e inovador. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

Bibliografia complementar

SIMONI, João De. **Promoção de Vendas na Teoria e na Prática**. São Paulo: Makron Books, 2001.

COSTA, Antonio R.; TALARICO, Edison G. **Marketing promocional: descobrindo os segredos do mercado**. São Paulo: Atlas, 1996.

LESLY, Philip. **Os Fundamentos de Relações Públicas e da Comunicação**. São Paulo: Thomson, 2000.

LUPETTI, Marcelia. **Planejamento de Comunicação**. São Paulo: Futura, 2000.

RIES, Al & RIES, Laura. **A Queda da Propaganda – da mídia paga a mídia espontânea**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

ZENONE, Luiz C. & BUAIRIDE, Ana M. R. **Marketing da Comunicação**. São Paulo: Futura, 2002.

Ênfase em Pessoas

Identificação: Relações de Trabalho e Gestão do Vínculo Empregatício

Carga horária: 60 horas

Créditos: 4

Ementa

Fundamentação histórica e sociológica do movimento sindical no Brasil e no mundo. Visão histórica da organização dos sindicatos e como se desenvolveram até hoje. Posições existentes e tendências futuras do sindicalismo e demais formas de organização de trabalhadores no Brasil e no mundo. Processos de interação das pessoas em seus locais de trabalho e na sociedade como um todo para estabelecer as relações de trabalho. As novas formas de relações de trabalho decorrentes das Novas Formas de Organização do Trabalho. O conhecimento acerca das relações de trabalho para as organizações modernas. Compreensão dos conceitos voltados às relações de trabalho numa dimensão contemporânea. As rotinas do departamento de pessoal. O processo de admissão e demissão. As implicações legais, os regimes especiais. As obrigações legais do departamento de pessoal.

Objetivos

Oportunizar aos estudantes o conhecimento do ambiente das relações de trabalho sendo capazes de agir como gestores ativos no processo.

Bibliografia básica

MARRAS, Jean P. **Relações trabalhistas no Brasil**. São Paulo: Futura, 2001.

SILVA, Marilene L. **Administração de Departamento Pessoal**. São Paulo: Érica, 2001.

Bibliografia complementar

FALJONE, A. **Negociações sindicais**. São Paulo: Makron Books, 1998.

FRANCO Fº, Georgenor S. **Presente e Futuro das Relações de Trabalho**. São Paulo: LTr, 2000.

JENSEN, Bill. **Empresas do Futuro Procuram: Novas e Criativas Relações de Trabalho**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

CARVALHO NETO, Antônio. **Relações de Trabalho e Negociação Coletiva na virada do milênio**. Petrópolis: Vozes, 2001.

OLIVEIRA, Rita C. A. **Desvendando o Departamento de Pessoal**. São Paulo: Viena, 2003.

Identificação: Cultura, Comportamento e Mudança

Carga horária: 60 horas

Créditos: 4

Ementa

Fundamentos teóricos e metodológicos da mudança organizacional. O contexto ambiental e a mudança. Criatividade, inovação e mudança organizacional. Transculturalismo e mudança organizacional. Mudança e aprendizagem nas organizações. As novas teorias sobre mudança. Os desafios das mudanças profundas nas organizações. As etapas do processo de mudança. Gestão da mudança organizacional. As influências e conseqüências

da mudança organizacional.

Objetivos

Conhecer, exercitar e dominar os principais conceitos e ferramentas do gerenciamento da mudança nas organizações.

Bibliografia básica

MANDELLI, Pedro et alli. **A Disciplina e a Arte da Gestão das Mudanças nas Organizações**: como integrar estratégias e pessoas. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

Bibliografia complementar

ADIZES, Ichak. **Gerenciando mudanças**: o poder da confiança e do respeito mútuo na vida pessoal, familiar, nos negócios e na sociedade. São Paulo: Pioneira, 1997.

LIMA, Suzana M. V. **Mudança Organizacional**: teoria e gestão. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

KATZENBACH, [Jon et alli.](#) **Os Verdadeiros Líderes da Mudança**. Rio de Janeiro: Campus, 1996.

SENGE, Peter M. et al. **A quinta disciplina – a dança da mudança**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

Identificação: Desenvolvimento de Pessoas

Carga horária: 60 horas

Créditos: 4

Ementa

Treinamento e carreira. Desenvolvimento de competências. O conceito de educação no mundo organizacional. Fundamentos teóricos da educação corporativa. O processo de gestão do conhecimento. Os principais componentes e diretrizes do desenvolvimento de uma universidade corporativa.

Bibliografia Básica

COSTA, Ana C. A. **Educação Corporativa**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

CHIAVENATO, Idalberto. **Treinamento e Desenvolvimento de Recursos Humanos**. São Paulo: Atlas, 2003.

Bibliografia Complementar

MOSCOVICI, Fela **Desenvolvimento Interpessoal** - Treinamento em Grupo. Rio de Janeiro: Jose Olympio, 2003.

MUNDIM, Ana P. F. **Desenvolvimento de Produtos e Educação Corporativa**. São Paulo: Atlas, 2002.

THIAGARAJAN, Sivasailam. **Trabalhando em Equipe** - Jogando em Equipe. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.

Identificação: Avaliação de Pessoas e Resultados

Carga horária: 60 horas

Créditos: 4

Ementa

O processo de gestão do desempenho. Avaliação do desempenho humano no trabalho. Objetivos da avaliação do desempenho. Benefícios da avaliação do desempenho. Métodos tradicionais de avaliação do desempenho. A avaliação de desempenho humano e sua relação com a estratégia da organização. O processo de avaliação de desempenho. Administração de Recursos Humanos e Administração da Remuneração. Importância e Objetivos da Administração da Remuneração. Remuneração e Motivação. Políticas e Administração da Remuneração no Brasil. Sistemas de Remuneração. Etapas de Elaboração do Plano de Cargos e Salários. Planejamento e Implantação de Plano de Carreiras. Remuneração Variável e Remuneração por Habilidades e Competências

Objetivos

Capacitar o estudante a compreender, planejar e implementar um sistema de avaliação de

desempenho nas organizações. Oportunizar o conhecimento sobre as práticas atuais da gestão da remuneração dentro do contexto empresarial, envolvendo remuneração estratégica, pagamento por competência e por habilidades, carreira de desempenho.

Bibliografia básica

SIQUEIRA, Wagner **Avaliação de Desempenho. São Paulo:** Reichmann & Affonso, 2002.

RESENDE, E. **Remuneração e carreira baseadas em competências e habilidades.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

Bibliografia complementar

DUTRA, Joel S. **Gestão por Competências.** São Paulo: Gente, 2001.

BERGAMINI, Cecília W.; BERALDO, Deobel G. R. **Avaliação de Desempenho Humano na Empresa.** São Paulo: Atlas, 1988.

CHIAVENATO, Idalberto. **Desempenho Humano nas Empresas: Como Desenhar Cargos e Avaliar o Desempenho.** São Paulo: Atlas, 2001.

LUCENA, Maria D. S. **Avaliação de Desempenho.** São Paulo: Atlas, 1992.

SOUZA, Vera L. **Gestão de Desempenho: Julgamento ou Diálogo?** Rio de Janeiro: FGV, 2002.

Ênfases em Finanças

Identificação: Auditoria

Carga Horária: 60 horas

Créditos: 4

Ementa

Conceitos básicos de auditoria. Normas técnicas e profissionais de auditoria (NBC-T e NBC-P); Planejamento de auditoria; seleção da amostra e avaliação de risco; Controle

interno; Papéis de trabalho; Pareceres de auditoria; Auditoria das contas patrimoniais; Auditoria das contas de resultados; Relativos de auditoria; Revisão pelos pares.

Objetivo da disciplina

Compreender as normas e conceitos teóricos para o desempenho da atividade de auditoria contábil, indispensáveis à formação profissional do auditor. Compreender também a auditoria contábil dos elementos patrimoniais e de resultado, aplicando procedimentos em extensão, profundidade e oportunidade adequadas.

Conhecimentos

- Conceitos básicos de Auditoria

Contextualização

Auditoria Interna

Auditoria Externa

Controle Interno

- Normas Técnicas e Profissionais de Auditoria

Fundamentos da Auditoria Contábil

Perfil do Auditor Contábil

Normas Brasileiras de Auditoria

Normas da IFAG

- Planejamento de Auditoria

Conceituação

Objetivos

Plano e programa de Auditoria

Realização de testes de auditoria

Realização de procedimentos de revisão analítica

- Seleção da amostra e avaliação do risco

População e Estratificação

Tamanho da Amostra

Amostra Aleatória, Sistemática e Causal

Avaliação dos Resultados da Amostra

Avaliação da razoabilidade de estimativas contábeis

Modelo de risco de auditoria

Evidência

Avaliação do negócio

- Controle Interno

Conceitos

Objetivos

Avaliação da integridade da administração

Entendimento e avaliação da estrutura e sistemas de controle

Entendimento da estrutura e dos sistemas contábeis

- Papéis de Trabalho

Conceito

Finalidade

Forma e Conteúdo

Confidencialidade, Custódia e Propriedade

Tipos de papéis de trabalho

Revisão de papéis de trabalho

Arquivos de papéis de trabalho

- Pareceres de auditoria

Conceito

Estrutura

Normas do parecer dos auditores independentes

Responsabilidade

Tipos de Parecer (Com Ressalva, Sem Ressalva, Parecer Adverso, Com Abstenção de Opinião)

Parágrafo de Ênfase

- Auditoria das Contas Patrimoniais

Objetivos

Ativo Circulante

Ativo Realizável a Longo Prazo

Ativo Permanente

Exigibilidade e do Resultado de Exercícios Futuros

Patrimônio Líquido

- Auditoria das Contas de Resultado

Objetivos

Despesas

Receitas

- Relatórios de Auditoria

Contextualização

Conteúdo

Relatório circunstanciado

Relatório de recomendações

- Revisão pelos Pares

Objetivos

Procedimentos

Relatórios de Revisão pelos Pares

Bibliografia Básica

ATTIE, William . **Auditoria:** conceitos e aplicações. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1998. ISBN: 85 224-1829

ALMEIDA, Marcelo Cavalcanti. **Auditoria:** um curso moderno e completo. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2003. ISBN: 85 224-3503-0.

BOYNTON, William C.; JOHNSON, Raymond N.; KELL, Walter G. **Auditoria.** São Paulo: Atlas, 2002. ISBN: 85 224-3244-9

Identificação: Controladoria

Carga horária: 60 horas

Créditos: 4

Ementa

Contextualização; Planejamento; Gestão e Controladoria; Avaliação de Desempenho; Ferramentas de Gestão

Objetivo da disciplina

Compreender o processo de gerenciamento das empresas por meio das funções da controladoria, planejamento, avaliação de desempenho e ferramentas de gestão empresarial.

Conhecimentos

- Contextualização
- Função da controladoria
- Ambiente
- Função do controller
- Planejamento

Conceitos

Tipos (estratégico e operacional)

Etapas de implementação (Estratégia, Missão, Ambiente, Objetivos e Metas, e Acompanhamento)

Acompanhamento da execução do plano

- Gestão e a Controladoria

Processo decisório

Plano estratégico

Sistema de avaliação de desempenho

Modelo de gestão

- Avaliação de Desempenho

Aspectos introdutórios

Tipos de indicadores

Administração por centros de responsabilidades

Modelos de avaliação de desempenho

- Ferramentas de Gestão

EVA

Balanced Scorecard

Benchmarking

ABC

Bibliografia Básica

IUDICIBUS, Sérgio de. **Contabilidade gerencial**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 1998. ISBN: 85 224-1848-9.

KAPLAN, Robert S.; NORTON, David P. **A estratégia em ação**. Rio de Janeiro: Campus, 1997. ISBN: 85 352-0149-1.

Identificação: Finanças Internacionais

Carga horária: 60 horas

Créditos: 4

Ementa:

A dinâmica do mercado financeiro internacional e suas relações com o Brasil; Aplicação dos conceitos de diversificação e *hedge* como mecanismos de administração de risco cambial. Análise dos principais instrumentos de financiamento internacional e sua vinculação ao contexto atual.

Objetivos

- transpor elementos conceituais para a realidade objetiva e subjetiva das organizações, definindo e interpretando indicadores e criando condições inovadoras

para o desenvolvimento do potencial humano e para o crescimento organizacional;

- identificar, analisar, implementar e desenvolver novos negócios
- compreender as dimensões da organização, bem como suas relações com as estratégias e aspectos econômicos do negócio

Conhecimentos

- Sistema monetário internacional;
- Balança de pagamentos;
- Captação de recursos no exterior: procedimentos, formas e produtos.
- Determinação da taxa de câmbio.
- Gestão do risco de exposição cambial
- Riscos soberanos
- Diversificação internacional
- Custo global de capital

Metodologias, técnicas e recursos de ensino e aprendizagem:

Aulas expositivas, discussões e debates, análise de casos. Uso de recursos de apoio multimídia.

Metodologias, técnicas e recursos de avaliação:

Realização de exercícios e trabalhos individuais e em grupos, bem como aplicação de provas e apresentação de seminários.

Bibliografia básica

EITEMAN, D., Stonehill, A. Moffett, M. Administração Financeira Internacional. Porto Alegre: Bookman, 2002.

Bibliografia complementar

ROSS, S.; WESTERFIELD, R., JAFFE, J., Administração financeira – Corporate Finance.

São Paulo: Atlas, 2002.

BLANCHARD, O. Macroeconomia. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

ANDREZO, Andréa F: LIMA, Iran S. Mercado Financeiro, Aspectos Históricos e Conceituais. Pioneira

SAUL, Nestor. Euromercados. Ortiz, 1991

EICHENGREEN, Barry J. A Globalização do Capital, Uma História do Sistema Monetário Internacional, 2000.

CARVALHO, Maria A. A Economia Internacional. Saraiva, 2000.

Identificação: Mercado de Capitais

Carga horária: 60 horas

Créditos: 4

Ementa

Mercado de Capitais, de Finanças e de Crédito: Fatos Econômicos com Vistas a sua Contabilização; Tomada de Decisão sobre Investimentos; Fontes de Financiamento; Principais Organizações e Indicadores de Mercado; Governança corporativa.

Objetivo Geral

Compreender os fatos econômicos advindos das operações de Mercado de Capitais e Financeiro; Habilitar o profissional da contabilidade a ter uma visão sistêmica e participativa das operações da empresa; Proporcionar o desenvolvimento de habilidades no processo de avaliação de um negócio.

Conhecimentos

- Mercado de Capitais, Financeiro e de Créditos

Economia e mercado

Moeda e Política Monetária

Instrumentos de Política Monetária

Formação da taxa de Juros

Os Mercados do Dinheiro

Sistema Financeiro Nacional

- Fatos econômicos com vistas a sua contabilização

Principais títulos do Mercado de Capitais

- Tomada de decisão sobre investimentos

Análise Fundamentalista

Análise Gráfica ou Técnica

Investimentos de Curto e Longo Prazo

- Fontes de financiamento

Decisões de Financiamento de Capital de Giro

Decisões de Financiamento de Longo Prazo

Custo médio Ponderado de Capital –WACC

FAN- Fundos Adicionais Necessários

- Principais operações e indicadores de mercado

Principais indicadores de Decisão

Margem de garantia

Registro contábil de derivativos

Corretoras e Financiadoras

- Governança corporativa

Órgãos normativos e regulatórios

Novo mercado da Bovespa

Código Brasileiro das melhores práticas

Bibliografia Básica

ASSAF, Alexandre. Mercado financeiro. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

Bibliografia Complementar

COMISSÃO NACIONAL DA BOLSA DE VALORES - CNBV. Introdução ao mercado de ações. Rio de Janeiro: CNBV, 1991.

_____. Mercado de capitais. Belo Horizonte: CNBV, 1996.

DAMODARAN, Aswath. Avaliação de investimentos: ferramentas e técnicas para a determinação do valor de qualquer ativo. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1997.

ELTON, GRUBER, BROWN, GOETZMAN. Moderna Teoria das Carteiras e Análise de Investimentos. São Paulo: Atlas, 2004.

FORTUNA, Eduardo. Mercado financeiro. 12. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

SANVINCENT A. Z.; MELLAGI F. Armando. Mercados de capitais e estratégias de investimentos. São Paulo: Atlas, 1988.

Ênfase em Comércio Internacional

Identificação: Sistemática de Exportação e Importação

Carga horária: 60 horas

Créditos: 4

Ementa

Aspectos gerais e conceito de importação e exportação. A inserção e as atividades do executivo de comércio exterior nas operações de importação e exportação. Normas administrativas de importação e exportação. Sistemática operacional de importação e exportação. Canais de Importação e Exportação Documentos internos e externos. Classificação de Mercadorias. Incoterms. As modalidades de pagamento: pagamento antecipado, documentos diretos, cobrança documentária e carta de crédito. Regimes aduaneiros especiais e regimes aduaneiros atípicos. Despachos aduaneiros e procedimentos de controle. Financiamentos na importação, garantias e avais. Política fiscal de importação, incentivos a exportação. Impactos da importação e exportação no Brasil.

Objetivos

Contribuir para que o estudante compreenda as responsabilidades do gestor de Comércio Exterior com as operações de importação e exportação dentro e fora do país. Auxiliar o aluno a capacitar-se de modo a poder realizar operações de importação e exportação.

Bibliografia básica

BIZELLI, J. S.; BARBOSA, R. **Noções básicas de importação**. São Paulo: Aduaneiras, 1997.

GARCIA, L. M. **Exportar**: rotinas e procedimentos, incentivos e formação de preços. São Paulo: Aduaneiras, 1997.

Bibliografia complementar

BEHRENDTS, F. **Comércio exterior**. Porto Alegre: Ortiz, 1998.

BIZZELLI, João do Santos (Coord.). **Incoterms 2000**: regras oficiais da CCI para a interpretação de termos comerciais. São Paulo: Aduaneiras, 2000.

CASTRO, J. **Exportação**. São Paulo: Aduaneiras, 1998.

MINERVINI, Nicolas. **Exportar**. São Paulo: Makron, 1997.

SISCOMEX Importação. **Legislação**. São Paulo: Aduaneiras, 1998.

Identificação: Marketing Internacional

Carga horária: 60 horas

Créditos: 4

Ementa

Conceitos, aplicações e abrangência do Marketing Internacional. As estratégias de Marketing Internacional e as novas tecnologias de informação. O Marketing Internacional e suas repercussões. Feiras e Exposições Internacionais. Serviços Promocionais no Exterior. Campanhas Institucionais. Agências de Comunicação. Centrais de Distribuição e Comercialização. O comércio mundial, sistemas de operação. Perspectiva do Marketing. Planejamento, organização, ação e controle. Objetivos e desenvolvimento de estratégias, no mercado exterior. Barreiras ao Marketing. O processo de internacionalização das empresas. O estudo de estratégias de entrada em mercados e as conseqüências de não utilizá-las.

Objetivo

Propiciar aos alunos compreensão de conceitos de marketing internacional, dotando-os de ferramentas para que estes possam analisar, avaliar e implementar estratégias de marketing global.

Bibliografia básica

PIPKIN, Alex. **Marketing internacional**. São Paulo: Aduaneiras, 2000.

Bibliografia complementar

DAEMON, Dalton. **Marketing Internacional**. Rio de Janeiro: FGV, 1998.

KEEGAN, Warren J & GREEN, Mark C. **Princípios de marketing global**. São Paulo: Saraiva, 1999.

KOTABE, Masaaki; HELSEN, Kristiaan. **Administração de Marketing Global**. São Paulo: Atlas, 1999.

KUAZAQUI, Edmir. **Marketing internacional**: como conquistar negócios em mercados

internacionais. São Paulo: Makron, 1999

Identificação: Teoria e Prática Cambial

Carga horária: 60 horas

Créditos: 4

Ementa

O mercado de câmbio e o seu funcionamento. As relações existentes entre as partes envolvidas nas operações de câmbio. Demonstrar os passos necessários para a contratação de câmbio. Operação de câmbio. Contrato de câmbio. Ágio e deságio e desconto de cambiais. A legislação pertinente ao câmbio. Capacitar o estudante a desenvolver as atividades necessárias à contratação de uma operação de câmbio na exportação, importação e na área financeira.

Objetivos

Capacitar o estudante para que compreenda e seja capaz de gerenciar, realizar e utilizar operações de câmbio internacionais dentro do contexto das operações de comércio internacional.

Bibliografia básica

RATTI, B. **Comércio internacional a câmbio**. São Paulo: Aduaneiras, 2002.

Bibliografia complementar

CAVALCANTI, Fernando Geraldo Mendes. **Contrato de cambio de exportação em juízo**. Rio de Janeiro: Renovar, 1989.

LUNARDI, Ângelo L. **Operações de câmbio e pagamentos internacionais no comércio exterior**. São Paulo: Aduaneiras, 2000.

RATTI, B. **Vade-Mécum de Comércio Internacional e Câmbio**. São Paulo: Aduaneiras, 2002.

ZINI JR, Álvaro Antônio. **Taxa de cambio e política cambial no brasil**. São Paulo:

EDUSP, 1995.

Identificação: Legislação do Comércio Internacional

Carga horária: 60 horas

Créditos: 4

Ementa

Introdução ao estudo do Direito Tributário e da Legislação Tributária relativa ao Comércio Exterior. Análise dos Princípios Constitucionais Tributários. Os incentivos previstos na lei, como forma de aumento da competitividade da empresa. Os aspectos legais inerentes as atividades comerciais no exterior. Os contratos internacionais e a legislação aplicada às atividades de internacionalização das empresas: negociação junto a representantes, distribuidores, parcerias, acordos. A instalação de uma empresa no exterior.

Objetivo

Capacitar o estudante para operar no comércio internacional conhecendo as limitações e oportunidades oferecidas pela legislação vigente.

Bibliografia básica

ROCHA, P. C. A. **Regulamento Aduaneiro Anotado com Textos Legais**. São Paulo, Aduaneiras, 2004.

Bibliografia complementar

CAMPOS, A. **Comércio internacional e importação**. São Paulo: Aduaneiras, 1996.

MENDONÇA, F. **Direito dos transportes**. São Paulo: Saraiva, 1993.

GUERREIRO, J. A. T.. **Fundamentos da arbitragem do comércio internacional**. São Paulo: Saraiva, 1995.

MARQUES, F. J.. **Direito marítimo: doutrina e jurisprudência**. Rio de Janeiro: FEMAR,



Laureate International Universities®

R. Luiz Afonso, 84, Cidade Baixa - 90050-310
R. General Vitorino, 25, Centro - 90020-171
Fone/Fax (51) 3251-1111
Porto Alegre - RS
esade@esade.com.br

1998.

MARQUES, F. J.. **Direito do seguro marítimo**: doutrina e jurisprudência. Rio de Janeiro:
FEMAR, 1998.