

Autarquia de Ensino Superior de Garanhuns – AESGA
Faculdade de Ciências da Administração de Garanhuns - FAGA
Av. Caruaru, 508 – Fone: (081) 761-1596 – Fax: (081) 761-1156
E-mail: faga@faga.edu.br - Site: www.faga.edu.br

Faculdade de Ciências da Administração



Projeto Político Pedagógico

- RESUMO -

Garanhuns – Pernambuco
2008

1. Identificação do Relatório.

1.1 Número de referencia: 16/2007

Instituição:

Faculdade de Ciências da Administração de Garanhuns – FAGA

Curso/Habilitação:

Administração com habilitação em Empreendedorismo.

1.2 Mantenedora:

Nome: Autarquia do Ensino Superior de Garanhuns – AESGA

Endereço: Avenida Caruaru, 508 – São José

Cidade: Garanhuns

1.3 Mantida:

Estado: Pernambuco CEP.: 55.295-380

Fone/Fax: 3761-1596

E-mail: coordenacao@hotmail.com

Nome: Faculdade de Ciências da Administração de Garanhuns

1.4 Dirigente Principal da Instituição

Nome: José Carlos Gomes de Souza

Endereço Residencial:

Av. Deolinda Silvestre Valença, 305 - Boa Vista – Garanhuns – CEP: 55.290-000

Fone: 087-9106-0405

E-mail: jcsouzarh@hotmail.com

1.5 Coordenador do Curso:

Nome: Maria Izaura Barbosa de Matos Costa.

Endereço Residencial:

Av. Julia Brasileiro Vila nova, 580 – Boa Vista – CEP: 55.292-380

Fone: 087- 9253-5146

E-mail: izaura_matos@hotmail.com

Titulação e Regime de Trabalho do Coordenador do Curso:

Especialização;

Integral.

Missão da Faculdade

Proporcionar o desenvolvimento de cidadãos com conhecimentos técnicos, visão empreendedora e formação ético-humanística, capazes de enfrentar desafios e atender as demandas da sociedade.

Vocação da Faculdade

Ser referência na formação de profissionais empreendedores para atuarem em consonância com as necessidades e exigências do mercado.

Concepção, Finalidade e Objetivos

“Proporcionar o desenvolvimento de cidadãos com conhecimentos técnicos, visão empreendedora e formação ético-humanística, capazes de enfrentar desafios e atender às demandas da sociedade”.

Com base na missão acima declarada, a Faculdade pretende utilizar-se de uma base técnico-científica e pedagógica que permitirá aos alunos desenvolverem um processo de aprendizagem crítica, além de possibilitar a edificação de uma base para o entendimento e a utilização adequada dos conhecimentos às exigências que o mercado, e especialmente a sociedade exigem.

Os objetivos do curso são:

GERAL

- Possibilitar aos alunos desenvolverem habilidades e competências através da utilização de recursos técnico-científicos proporcionando um processo de aprendizagem continuada, com visão empreendedora e humanística, além de contribuir para a utilização adequada dos conhecimentos exigidos pelo mercado.

ESPECÍFICOS

- Oferecer aos alunos uma formação acadêmica sólida, contendo os padrões, princípios, teorias e práticas da Administração, dentro de uma visão empreendedora;
- Promover a qualificação de profissionais para atuação em programas e empreendimentos administrativos que contemplem uma perspectiva integrada de desenvolvimento compatível às peculiaridades e demandas regionais;
- Difundir a perspectiva de desenvolvimento sustentável como premissa de uma proposta Administrativa voltada para atender as necessidades regionais e nacionais;

O Perfil Profissional Pretendido

- Capacidade de empreender negócios no setor administrativo;
- Capacidade de compreender e analisar os aspectos sócio-econômicos e administrativos dos empreendimentos existentes na região;
- Capacidade de assessorar empresários na organização e administração de organizações e empreendimentos;
- Formação holística na capacitação para o exercício gerencial;

- Capacidade para tomar decisões, de maneira isolada ou assistida, nas diversas áreas da administração;
- Capacidade para liderar e estimular a motivação das pessoas, através de técnicas e habilidades de liderança e do uso de sistemas adequados;
- Flexibilidade e boa capacidade de percepção ambiental que possibilite ao profissional implementar as mudanças organizacionais necessárias em relação ao seu ambiente;
- Capacidade de articulação política e negociação para permitir ao profissional atuar de maneira a administrar os naturais conflitos e minimizar os atritos entre os integrantes das organizações e empreendimentos, tanto em relação ao ambiente externo quanto interno;
- Criatividade para possibilitar a proposição de mudanças e inovações, buscando sempre uma atitude proativa na ação gerencial;
- Visão de mundo e consciência da necessidade da sua permanente atualização de maneira que busque a adequação constante da organização as mudanças decorrentes das variáveis políticas, sociais, econômicas, legais, culturais, tecnológicas e ecológicas do macro-ambiente, implementando estratégias globais aderentes as situações locais (pensar global e agir local) em benefício da competitividade da organizacional.

Requisitos Pessoais

A fim de se tornar um bom profissional de Administração o candidato deve apresentar certas características de ordem intelectual e de personalidade.

Para compreender o comportamento dos indivíduos, é relevante para este profissional, que deverá atuar em equipes multiprofissionais, lidar com conflitos no ambiente das organizações e utilizar eficientemente sua capacidade perceptiva para lidar com situações adversas.

O raciocínio verbal, ou seja, capacidade de compreender e raciocinar através de idéias manifestas por palavras, é também um requisito de grande importância para o profissional que pretendemos formar, pois este, frequentemente terá que elaborar planejamentos e relatórios de atividades ou manter contatos com clientes e profissionais de alta gerência.

Quanto às características de personalidade, pela relevância que apresentam para o exercício das atividades do profissional, deverá ser levado a desenvolver a iniciativa, os dinamismos e poder de decisão, devendo estar sempre atento às possibilidades de exploração e aproveitamento de recursos potenciais em um mercado globalizado.

A sociabilidade e a liderança constituem-se, também, em fatores que concorrem para o bom desempenho, considerando-se que o profissional de administração poderá ocupar cargos de chefia. Desta forma deverá demonstrar grande capacidade de interagir com as pessoas que constituem os seus grupo, criando um clima harmonioso de trabalho.

O Mercado de Trabalho

Em era global, onde a competitividade em todos os segmentos de mercado, torna-se mais sofisticados, exigentes, e conseqüentemente consumidores mais volátil e imprevisível, cabe às instituições de ensino superior estar além de todas as exigências, para assim, e em tempo hábil atender a essas exigências, colocando no mercado profissionais capazes de atender a todas as expectativas, demonstrando assim uma capacidade de reação. Razões estas que conduziu a FAGA a oferecer linhas de formações focadas na necessidade de consumo da nossa região, que se sobrepõe hoje devido o pleno desenvolvimento do turismo sustentável, destacando o turismo religioso, por estarmos inclusos na rota da fé, turismo pedagógico, turismo de aventura, etc., assim como devido à ausência de profissionais da área de Administração em Marketing, se fez necessário a implantação de uma linha de formação voltada a esse nicho de mercado suprimindo mais uma demanda, uma vez que estamos na época da logística aplicada ao Marketing, reforçado pela busca dos alunos do curso de Administração por uma formação que os preparasse para atender essas necessidades apresentada pelas empresas localizadas em nossa região.

O nível de empregabilidade de profissionais da área de Administração com enfoque nestas linhas de formação oferecidas por esta instituição têm mostrado importância fundamental no desenvolvimento da região além da valorização dos cursos oferecidos por esta Faculdade.

Em todo Brasil, e em particular em nosso estado, que possui elevada participação da indústria e serviços em sua economia e desempenha um papel de pólo regional de desenvolvimento econômico e social, o mercado de Administração demanda de um grande número de profissionais e competência comprovada na área, para assumir a administração das empresas. Neste sentido, o profissional que propomos formar estará preparado para atuar junto às empresas, suprimindo assim suas necessidades no setor administrativo.

Distribuição dos Conteúdos Curriculares do Curso de Administração		
Formação Básica e Instrumental	30,0 %	1.080 h
Psicologia		
Filosofia		
Sociologia		
Contabilidade		
Estatística		
Direito		
Informática		
Matemática		
Economia		
Formação Profissional	25,0 %	960 h
Organização, Sistemas e Métodos		
Teorias da Administração		
Administração de Recursos Materiais e Patrimoniais		
Administração Mercadológica		
Administração de Recursos Humanos		
Administração da Produção		
Administração de Serviços		
Administração Financeira e Orçamentária		
Administração de Sistemas de Informação		
Planejamento Estratégico		
Conteúdos eletivos	25,0 %	960 h
Ciência Política		
Comunicação		
Custos		
Ética		
Economia Brasileira		
Formação Brasil Contemporâneo		
Tópicos Esp. em Administração		
Administração do Turismo		
Estratégias de Marketing		
Pesquisa de Mercado		
Planejamento de Marketing		
Planejamento de Turismo		
Promoção de Vendas		
Qualidade & Produtividade		
Tópicos Esp. em Administração		
Antropologia		
Espanhol Técnico		
Geografia Aplicada Ao Turismo		
Inglês Técnico		
Teoria e Técnica de Turismo		
Tópicos Especiais em Turismo		
Criação Publicitária		
Gestão de Marcas		
Introdução à Publicidade & Propaganda		
Redação Publicitária		
Técnicas de Negociação		
Teorias da Comunicação		
Tópicos Especiais em Marketing		
Atividades Complementares e Estágio Superv. Obrigatório	20,0%	600 h
Total	100%	3.600 h

MATRIZ CURRICULAR 2008.1

Curso de Administração em Empreendedorismo

1º SEMESTRE – 2006.2

DISCIPLINA	CH	CS	PRÉ OU CO-REQUISITO	PROFESSORE TITULAR	PROFESSOR SUBSTITUTO
Português Instrumental	60	04	-	Edilma Carvalho	
Filosofia	60	04	-	Jose Maria Leitão	Marcelo Gonçalves
Matemática I	60	04	-	Carlos Guilherme	
Metodologia Científica	60	04	-	Luciano Lins	Genésia Maria
Psicologia I	60	04	-	Maria do Socorro Luna	Rosa Maria Falcão
Sociologia I	60	04	-	Eliane Simões	Marcos Igor

2º SEMESTRE-2007.1

DISCIPLINA	CH	CS	PRÉ OU CO-REQUISITO	PROFESSORE TITULAR	PROFESSOR SUBSTITUTO
Economia I	60	04	-	Isaac Lima de Oliveira	
Introdução à Administração	60	04	-	Luiz Carlos Fernandes Suruagy	
Matemática II	60	04	Pré - Matemática I	Ivonilso Leandro	
Instituição do Direito Público e Privado	60	04	-	João Rufino	
Psicologia II	60	04	Pré - Psicologia I	Maria do Socorro Luna	Rosa Maria Falcão
Sociologia II	60	04	Pré - Sociologia I	Eliane Simões	Marcos Diego

3º SEMESTRE- 2007.2

DISCIPLINA	CH	CS	PRÉ OU CO-REQUISITO	PROFESSORE TITULAR	PROFESSOR SUBSTITUTO
Contabilidade Geral	60	04		Isaac Lima de Oliveira	
Estatística I	60	04	Pré - Matemática I	Elpídio Melo Filho	
Finanças I	60	04	Pré - Matemática I	Elpídio Melo Filho	
Informática I	60	04	Matemática II	Giane Maria	
Teorias da Administração	60	04	Pré - Int. à Administração	Álvaro Ângelo Tenório	-

4º SEMESTRE- 2008.1

DISCIPLINA	CH	CS	PRÉ OU CO-REQUISITO	PROFESSORE TITULAR	PROFESSOR SUBSTITUTO
Administração de Recursos Humanos I	60	04	Teorias da Administração	José Carlos Gomes	Adriano Sena
Direito Comercial e do Consumidor	60	04	IDPP	Veralucia Barbosa	
O. S & M – I	60	04	Teorias da Administração	Álvaro Ângelo Tenório	
Análise e Demonstração Financeira	60	04	Contabilidade Geral	Ma. Izaura B. Matos Costa	Wanderley Pereira
Administração em Marketing I	60	04	Teorias da Administração	Marcelo Casteletti	

5º SEMESTRE - ADMINISTRAÇÃO

DISCIPLINA	CH		PRÉ OU CO-REQUISITO	PROFESSORE TITULAR	PROFESSOR SUBSTITUTO
Adm. de Rec. Mat. e Patrimoniais I	60	04	Pré – Teo. da Administração	Luis Carlos Suruagy	
Administração de Recursos Humanos I	60	04	Pré – Teo. da Administração	José Carlos Gomes de Souza	Adriano Sena
Ciências Políticas	60	04		João Rufino de Melo	
Custo	60	04	Pré – Contabilidade Geral	Alberto Lobo Pedrosa	
Direito III (Legislação Social)	60	04		Manoel Elpídio	Clinio Reinaldo
O. S. & M I	60	04	Pré -Teoria da Administração	Álvaro Ângelo	

6º SEMESTRE - ADMINISTRAÇÃO

DISCIPLINA	CH	CS	PRÉ OU CO-REQUISITO	PROFESSORE TITULAR	PROFESSOR SUBSTITUTO
Administração de Recursos Humanos II	60	04	Pré –Adm. de Rec. Humanos I	José Carlos Gomes de Souza	Adriano Sena
Globalização	60	04	Pré - Economia I	Alberto Lobo Pedrosa	
Adm. de Rec. Mat. e Patrimoniais II	60	04	Pré-Adm. de Rec. Mat. e Pat.I	Luis Carlos Suruagy	
Marketing I	60	04	Pré -Teo. da Administração	Marcelo Castelete	
O.S.M. II	60	04	Pré - O.S.M. I	Álvaro Ângelo	

7º SEMESTRE- ADMINISTRAÇÃO

DISCIPLINA	CH	CS	PRÉ OU CO-REQUISITO	PROFESSORE TITULAR	PROFESSOR SUBSTITUTO
Administração da Produção I	60	04	Pré -Teo. da Administração	José Carlos	Everton (monitoria)
Adm. Financeira e Orçamentária I	60	04	Pré -Teo. da Administração	Martinho José Diniz	
Elaboração de Projetos	60	04	Metodologia Científica		Genésia
Marketing II	60	04	Marketing I	Marcelo Casteletti	
Ética	60	04		Maria Helena	

8º SEMESTRE – ADMINISTRAÇÃO

DISCIPLINA	CH	CS	PRÉ OU CO-REQUISITO	PROFESSORE TITULAR	PROFESSOR SUBSTITUTO
Administração da Produção II	60	04	Administração da Produção I	Marcéli Renaux Maia	Miguel Antonio
Adm. Financeira e Orçamentária II	60	04	Adm. Financeira e Orçamentária I	Martinho José Diniz	
Direito IV (Administrativo)	60	04	-	Ivanildo Pereira	
Estratégia Empresarial	60	04	Ò.S. & M II	Maria Izaura	
Qualidade e Produtividade	60	04	Teoria Da Administração	Admilto Correia	Maria do Livramento

9º SEMESTRE – ADMINISTRAÇÃO

DISCIPLINA	CH	CS	PRÉ OU CO-REQUISITO	PROFESSOR TITULAR	PROFESSOR SUBSTITUTO
Adm. de Sistema de Informação	60	04	Pré – Informática	Giane Mairia Lira	
Análise de Balanço	60	04	Pré – Contabilidade Geral	Wanderley Pereira	-
Direito V (Tributário)	60	04		Manoel Elpídio	Clinio Reinaldo
Empreendedorismo	60	40	Co- Qualidade & Produtividade	Ademilto Correia	Ornilo Lundrigren
Planejamento Estratégico	60	04	Co- Estratégia Empresarial	Maria Izaura	

I PERÍODO

PORTUGUÊS INSTRUMENTAL

EMENTA:

Estudo de texto: noções, tipos, possibilidades de leitura, informações implícitas, o parágrafo e a coesão e a coerência textual. A comunicação: em grupos, nas organizações e de massa. Língua e linguagem: a boa linguagem, a função expressiva, as características da linguagem oral e o preconceito lingüístico. As redações técnicas e oficiais.

OBJETIVOS:

Desenvolver competências do domínio das diversas situações lingüísticas – orais e escritas – dentro da empresa, utilizando a Língua Portuguesa como um meio de comunicação e de desenvolvimento pessoal e profissional.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. O texto
2. Comunicação
3. Língua e linguagem
4. Redações técnicas e oficiais
5. O texto
6. Comunicação
7. Língua e linguagem
8. Redações técnicas e oficiais

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

- FIORIN, José Luiz; SAVIOLI, Francisco Platão. *Lições de texto: leitura e redação*. 4. ed., 2. impres. São Paulo: Ática, 2000.
- DIMBLEBY, Richard; BURTON, Graeme. *Mais do que palavras: uma introdução à teoria da comunicação*. 3. ed. São Paulo: Summus, 1990.
- GARCIA, Othon M. *Comunicação em prosa moderna: aprenda a escrever, aprendendo a pensar*. 21. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2002.
- MEDEIROS, João Bosco. *Português Instrumental: para cursos de contabilidade, economia e administração*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

- BAGNO, Marcos. *Preconceito lingüístico: o que é, como se faz*. 12 ed. São Paulo: Loyola, 2002.
- BORDENAVE, Juan E. Díaz. *O que é comunicação*. 1. ed. 28. reimpres. São Paulo: Brasiliense, 2003.
- CAMARA Jr., J. Mattoso. *Manual de expressão oral e escrita*. 20 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.
- FIORIN, José Luiz; SAVIOLI, Francisco Platão. *Para entender o texto: leitura e redação*. 7. ed. São Paulo: Ática, 2000.
- MAIA, João Domingues. *Literatura: textos e técnicas*. 2. ed. São Paulo: Ática, 1996.

MATEMÁTICA I

EMENTA:

Teoria Dos Conjuntos, Conjuntos Numéricos, Relação, Função, Funções Do 1° E 2° Graus, Função Modular, Função Exponencial E Função Logarítmica.

OBJETIVOS:

As atividades de matemática devem levar o aluno a:

- Compreender os conceitos, procedimentos e estratégias matemáticas que permitam a ele adquirir uma formação científica geral e avançar em estudos posteriores;
- Aplicar seus conhecimentos matemáticos nas atividades cotidianas, nas atividades tecnológicas e na interpretação da ciência;
- Desenvolver a capacidade de raciocínio, de resolver problemas de comunicação, bem como seu espírito crítico, e sua criatividade;
- Estabelecer conexões e integração entre diferentes temas matemáticos e entre esses temas e outras áreas do currículo;
- Expressar-se em linguagem oral e escrita e de forma gráfica diante de situações matemáticas, em outras áreas do conhecimento e no cotidiano, valorizando a linguagem matemática na comunicação de idéias;
- Usar e reconhecer representações equivalentes de um mesmo conceito;
- Analisar e interpretar criticamente dados provenientes de problemas matemáticos, de outras áreas do conhecimento e do cotidiano;
- Desenvolver atitudes positivas em relação à matemática, como autonomia, confiança em relação às suas capacidades matemática, perseverança na resolução de problemas, gosto pela matemática e pelo trabalho cooperativo.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

- 1- Teoria dos Conjuntos
- 2- Relação
- 3- Função
- 4- Funções do 1° Grau
- 5- Função Quadrática
- 6- Função Modular
- 7- Função Exponencial
- 8- Função Logarítmica
- 9- Operações com Logaritmos Decimais

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

CASTRUCCI, Benedito. Elementos de Teoria dos Conjuntos. 3ª Edição. São Paulo, Grupo de Estudos do Ensino da Matemática – G.E.E.M. 1968 (Série Professor N. 3)
FACCHINI, Walter – Matemática. Vol. Único – Editora Saraiva, 1996.
DANTE, Luiz Roberto. Matemática. Ed. Ática São Paulo. V. 1

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

MACHADO, Antonio dos Santos – Matemática na Escola do 2° Grau
DANTE, Luiz Barbosa – matemática: Contexto e Aplicações
PAIVA, Manoel Rodrigues – Matemática
HARIK, Siji – Matemática Aplicada : Administração; economia e contabilidade; SMOLE, Kátia Cristina Stoucco – Matemática

FILOSOFIA

EMENTA:

Conhecimento e Filosofia: a especificação do pensamento filosófico. Filosofia e Ciência: a formação da filosofia e da ciência moderna; a constituição do método científico; a diferença do objeto de estudo das Ciências da Natureza e das Ciências Sociais. Filosofia, Ciência e Sociedade: as condições sociais da produção intelectual da pós-modernidade; Ideologia, Utopia e Ciência Social; Questões filosóficas do mundo contemporâneo.

OBJETIVOS:

Compreender que os estudos de introdução ao pensamento filosófico favorecem a formação de cidadãos críticos, com potencial de reflexão e argumentação diante de fatos e fatores relevantes na compreensão do nosso meio social;

Reconhecer a relação direta da Filosofia com os demais campos do conhecimento técnico e/ou científico;

Estimular o emprego do exercício de reflexão filosófica nas mais variadas situações do cotidiano.

CONTEUDO PROGRAMATICO:

1. Introdução ao pensamento filosófico;
2. Filosofia e a constituição do indivíduo;
3. A prática filosófica;
4. A trajetória histórica da Filosofia;
5. As influências da Filosofia nas várias áreas do conhecimento;
6. Filosofia X Ciência;
7. Moral, moralidade e códigos sociais;
8. Ética, contextualização e disciplinaridade;
9. Moral e Ética: a construção filosófica desta relação
10. A ética aplicada ao trabalho;
11. Introdução ao estudo da ética na Administração;
12. Introdução à Filosofia da Administração.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ARANHA, M^a Lúcia de Arruda e MARTINS, M^a Helena Pires. Filosofando – introdução à filosofia. São Paulo: Moderna, 1993.

CHAUÍ, Marilena. Convite à Filosofia. São Paulo: Ática, 1996.

COTRIM, Gilberto. Fundamentos da Filosofia: história e grandes temas. São Paulo: Saraiva.2001

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

DROIT, Roger-Pol. A Filosofia Explicada à Minha Filha. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

ENCARNAÇÃO, João Bosco. Filosofia, para quê: filosofia como método para as ciências humanas. Taubaté: Cabral, 1997.

FREITAG, Bárbara. Os Itinerários de Antígona – a questão da moralidade. Campinas: Papyrus, 1992.

LIPMAN, Mathew. A Filosofia vai à Escola. São Paulo: Summus, 1990

METODOLOGIA CIENTIFICA

EMENTA:

A Metodologia Científica introduz conhecimentos no curso, objetivando o desenvolvimento da capacidade acadêmica profissional, possibilitando ao aluno uma melhor formação no trabalho científico.

OBJETIVOS:

A Metodologia Científica introduz conhecimentos básicos no curso, objetivando o desenvolvimento das capacidades acadêmicas e profissionais, possibilitando ao aluno uma melhor formação no trabalho científico.

Apresenta os conhecimentos básicos sobre Método Científico e aborda as características do conhecimento científico e as explicações científicas.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Conceito de Ciências, pesquisa e métodos e técnica;
2. Natureza do Conhecimento Científico
3. Histórico do Método Científico;
4. Desenvolvimento do Método Científico;
5. Processos e Métodos Científicos;
6. Formação e Importância do Espírito Científico;
7. Fases da Pesquisa Bibliográfica;
8. Análise e interpretação.

BIBLIOGRAFIA BASICA:

BARBOSA, Severino Antonio e AMARAL, Emília. Escrever é desvendar o mundo. Campinas, Papyrus, 1996.

CERVO, A. L. Bervian, P. A. Metodologia Científica. Editora McGraw Hill do Brasil. 3ª Edição, 1983.

DANIELLI, Irene. Roteiro de Estudo de Metodologia Científica, Brasília, 1980.

DEMO, Pedro. Introdução à Metodologia da Ciência. São Paulo. Ed. Atlas, 1983.

ECO, Umberto. Como se faz uma tese. São Paulo, Ed. Perspectiva, 1983.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar Projetos de Pesquisa. São Paulo, Ed. Atlas, 1988.

LAKATOS, Eva Maria. Metodologia Científica. Editora Atlas, 2ª Edição, 1991

SEVERINO, Joaquim Antonio. Metodologia do Trabalho Científico. Ed. Cortez, 19ª Edição, 1993.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

ALVES, Rubens. Filosofia da Ciência. São Paulo. Edições Loyola. 2000.

BOUTIN, Gérald e outros. Investigação qualitativa, Lisboa. Instituto Piaget. 1990

GOLDFARB, Alfonso, Ana Maria. História da Ciência. São Paulo. Brasiliense, 1994

HÜBNER, Maria Martha. Monografias e projetos de dissertação. SP. Mackenzir, 1998

LUKRESI, Cipriano e outros. Fazer universidade: uma proposta metodológica. SP. Cortez.

SCHNITMAN, Dora Fried (org). Novos paradigmas, cultura e subjetividade. Porto Alegre.

PSICOLOGIA I

EMENTA:

Psicologia como ciência e seus campos de atuação. Principais escolas em Psicologia. Aspectos afetivos, cognitivos e sociais do comportamento humano. Fatores inter-relacionados na percepção, motivação e emoção. Satisfação e frustração de motivos. Inteligência e Aprendizagem. Os fatores que contribuem na formação da Personalidade do Indivíduo. Ajustamento da Personalidade.

OBJETIVOS:

Estudar o ser humano na sua dimensão psicológica para desenvolver habilidades e competências que permitam coordenar ações individuais e coletivas, situações diversas, no campo de atuação do Administrador.

CONTEUDO PROGRAMÁTICO:

1. Ciência Psicológica
2. Principais Abordagens Teóricas Em Psicologia
3. A Estrutura Cognitiva Dos Seres Humanos
4. A psicologia da Aprendizagem
5. A Vida Afetiva:
6. Motivação e Comportamento
7. Psicologia da Personalidade

BIBLIOGRAFIA BASICA:

ATKINSON, Rita L. Introdução à Psicologia de Hilgard. 13° ed. Porto Alegre. Artemed. 2002.

BOCK, Ana M, Bahia et alli. Psicologias: Uma Introdução ao Estudo de Psicologia. São Paulo: Ed. Moderna. 2000.

DAVIDOFF, Linda L. Introdução à Psicologia. São Paulo: MAKRON Books.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

FEIMBERG, Morlinmer R. Psicologia para administradores;

LOBO, R. Haddock Psicologia Geral e Aplicada à Administração;

KATZ, Daniel Psicologia Social das Organizações.

SOCIOLOGIA I

EMENTA:

Sociologia e Modernidade: a descoberta da sociedade como problema; a sociologia como ciência. Modernidade e a Racionalização: ação social (tipologia weberiana); formas de dominação; burocracia. State building e reformas no séc. XIX: Europa e EUA: as reformas burocráticas; Brasil. Elites e constituição do Estado.

OBJETIVOS::

- Favorecer o desenvolvimento nos alunos de uma consciência crítica que os estimule a atuar, profissionalmente e como cidadão, na sociedade em geral, compreendendo a importância da cultura e da formação social para criação e busca das necessidades da sociedade.
- Sensibilizar para os modelos de análise e interpretação do comportamento social junto a sociedade.
- Discutir a atividade dos grupos dentro das comunidades, enquanto fenômeno e suas implicações para a cultura jurídica.
- Possibilitar o desenvolvimento de uma visão sociológica dos mecanismos que geram e orientam a sociologia.

CONTEUDO PROGRAMATICO:

1. Sociologia, uma ciência da sociedade.
2. Cultura e Sociedade.
3. Organização Social.
4. Controle Social.
5. Status e Papel.
6. Grupos, agregados e categorias.
7. A cultura como fator decisivo, como criação e satisfação das necessidades humanas.

BIBLIOGRAFIA BASICA:

BERNADES, C. **Sociologia aplicada à administração**. São Paulo: Saraiva, 2005
CASTRO, Ana M. e Edmundo DIAS. **Introdução ao Pensamento Sociológico**. São Paulo: Centauro, 2001
VILA NOVA, Sebastião. **Introdução à Sociologia**. São Paulo, Atlas, 2000

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

CHARON, M. **Introdução a Sociologia**. Ed. Atlas.
LAKATOS, Eva Maria. **Sociologia Geral**. Ed. Atlas.
OLIVEIRA, Pêrsio Santos de. – **Introdução à Sociologia**
VILA NOVA, Sebastião – **Introdução à Sociologia**
WILLIAM, José. **Sociologia e Espaço**. São Paulo

II PERÍODO

ECONOMIA I

EMENTA:

Economia como Ciência. Aparelho Produtivo. Fluxograma do Sistema. Mercado em Concorrência. Curva de Possibilidade de Produção. Demanda do Mercado. Lei da Demanda. Função da Demanda. Solução Gráfica da Demanda. Demanda Agregada. Receita Total e Marginal. Oferta. Lei da Oferta. Elasticidade da Oferta. Oferta Agregada. Preço de Mercado. Descolamento da Linha de Oferta e Demanda. Teoria do Consumidor e da Produção

OBJETIVO:

Ao final do curso, o acadêmico seja capaz de:

- Conhecer os fundamentos básicos de microeconomia, proporcionando ao acadêmico, uma visão global de produção, mercado e consumo;
- Analisar o comportamento do mercado para viabilização nos empreendimentos empresariais, que através das leis de mercado, orientará as decisões administrativas no seguimento da estabilidade econômica da empresa.

CONTEUDO PROGRAMATICO:

1. Economia como Ciência
2. Mercado em Concorrência
3. Curva de Possibilidade de Produção
4. Demanda no Mercado
5. Receita Total
6. Oferta
7. Equilíbrio
8. O Deslocamento da Linha de oferta e Demanda
9. Teoria Da Demanda do Consumidor
10. Teoria a Produção

BILBIOGRAFIA BÁSICA

SALVATORE, Dominik. Microeconomia, São Paulo. Editora Magrawril do Brasil
RIANI, Flávio. Economia: Princípios básico e introdução à Microeconomia, São Paulo. Editora Pioneiro.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

CAMPBELL, R. McConnell. Microeconomia, Rio de Janeiro, Editora Livros Técnicos e Científicos LTC.
SIMONSEM, Mário Henrique. Microeconomia, São Paulo, Editora Atlas.

INSTITUIÇÃO DO DIREITO PÚBLICO E PRIVADO

EMENTA:

Legislação Básica: aspectos teóricos e práticos. Administrador/empresa e administração pública. Novas tendências do direito público frente ao contexto brasileiro e internacional. Direito civil e direito comercial: aspectos teóricos e práticos. Novas tendências do direito civil e direito comercial frente ao contexto brasileiro e internacional.

OBJETIVOS:

Fornecer aos alunos os conceitos de básicos do direito público e privado, facilitando desta maneira o aprofundamento dos estudos do direito, essencial à formação profissional.

CONTEUDO PROGRAMATICO:

1. Direito
2. Direito Privado.
 1. Direito civil
 4. Direito Comercial
 5. Direito Público
 6. Direito Constitucional
 7. Direito Administrativo

BIBLIOTECA BASICA:

RODRIGUES. Silvio. Direito Civil. Vol I, II, III.
GOMES. Orlando. Introdução ao Direito Civil.
DINIZ. Maria Helena. Direito Civil. Vol I, II, III e IV.
MARTINS. Frans. Direito Comercial.
MASCARO. Amauri Nascimento. Instituição do Direito Público e Privado
BRANCATO. Ricardo Teixeira. Instituição do Direito Público e Privado
MEIRELLES. Hely Lopes. Direito Administrativo Brasileiro.
MEIRELLES. Hely Lopes. Mandato de Segurança e Ação Popular.

BIBLIOTECA COMPLEMENTAR:

Código Civil
Código Comercial
Constituição Federal
Código Tributário Nacional
FUHLER. Maximilianus. Resumo de Direito Civil e Comercial.

INTRODUÇÃO À ADMINISTRAÇÃO

EMENTA:

Historicidade e evolução da Administração. Organizações. Os precursores e suas contribuições para a Administração Científica. As Empresas. A administração e o Administrador: eficiência, eficácia e efetividade; Administração como ciência, arte e profissão; habilidades e competências do administrador; os papéis do administrador. As funções do processo administração, Administração Contemporânea. O Administrador empreendedor

OBJETIVOS:

Apresentar a Administração como Ciência e fomentar o interesse e a compreensão da natureza dos encargos e propósitos fundamentais da Administração, contribuindo para o desenvolvimento de competências na compreensão da Organização e suas funções de planejar, organizar, liderar, executar e controlar as atividades organizacionais no cumprimento de sua missão

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Conceito e natureza da Administração; Evolução histórica da Administração; Administração empírica X Administração científica; A Revolução Industrial como mola propulsora para o desenvolvimento da administração científica; Contribuição de outras ciências para a evolução da ciência da Administração;
2. Organizações: Formais e Informais, Conceitos, Tipos, Finalidades Lucrativas e não lucrativas. Missão das Organizações.
3. Taylor e Fayol como precursores da administração científica; Estudos teóricos e práticos desenvolvidos por Frederick N. Taylor. Teoria e estruturação das organizações, segundo H. Fayol;
4. Empresas: sistema de produção; seus recursos; as empresas como sistemas abertos.
5. A administração e o Administrador: eficiência, eficácia e efetividade; Administração como ciência, arte e profissão; habilidades e competências do administrador.
6. O processo de Management
7. Iniciativa Empreendedora - projeto de negócio
8. Estudos de casos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ANNA Maris – Iniciação à Administração – Makron Books - 2005;
OTÁVIO, Rui – Administração: Uma visão Geral – TGA - Campus – 2006
MAXIMINIANO, Antônio César – Introdução à Administração – Ed. Atlas, 2007

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

Revistas: Você S/A – Veja, Exame, RBA, “Você, alma do negócio” – Roberto Shinyaschiki, textos extraídos da internet e jornais

MATEMÁTICA II

EMENTA:

Seqüência. Progressões Aritméticas. Progressões Geométricas. Limite. Derivadas. Integral ou Anti-diferenciação

OBJETIVOS:

Facilitar o desenvolvimento do aluno no campo do raciocínio quantitativo, tendo sempre em vista a realidade do discente e do mercado do trabalho

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Seqüência:
2. Progressões Aritméticas
3. Progressões Geométricas
4. Limite
5. Derivadas
6. Integral ou Anti-diferenciação
7. Integral Definida

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

JUNIOR, Thomas – Cálculo Diferencial e Integral
GIOVANNI, José – Matemática , Vol. 2 e3
LEITHOLD, Cálculo Diferencial e Integral

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

MACHADO, Antonio dos Santos – Matemática na Escola do 2º Grau
DANTE, Luiz Barbosa – matemática: Contexto e Aplicações
PAIVA, Manoel Rodrigues – Matemática
Harik, Siji – Matemática Aplicada : Administração; economia e contabilidade;
SMOLE, Kátia Cristina Stoucco – Matemática DANTE, Luiz Roberto – Matemática. Ed. Ática. São Paulo. Vol. 1

PSICOLOGIA II

EMENTA:

Contribuição da ciência psicológica para as organizações. A motivação humana como uma ferramenta para o administrador. As habilidades do administrador: humana, técnica e conceitual. Problemas de pessoal nas organizações. Padrões de comunicação administrativa. Comunicação e tomada de decisão. O Grupo Humano. Liderança e poder. As relações humanas nas organizações contemporâneas.

OBJETIVOS:

Contribuir para a formação do cidadão profissional com capacidade crítica e criativa, raciocínio lógico e analítico para lidar com recursos e pessoas, atuando com flexibilidade nos vários contextos organizacionais e sociais, a partir das compreensão das relações e ações humanas.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Aplicações práticas da Psicologia na empresa;
2. O perfil do Administrador;
3. Habilidades do Administrador.
4. O comportamento humano nas organizações
5. Motivação humana nas organizações
6. Personalidade e Seleção
7. Seleção de Pessoal
8. Estrutura e dinâmica dos grupos
9. Liderança e comportamento organizacional

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BERGAMINI, C.W – Psicologia Aplicada à Administração de Empresas. São Paulo: Pioneira, 1996

CHIAVENATO, I – Recursos Humanos. São Paulo: Ed. Atlas, 1997. Ed. Compacta

MINICUCCI, Agostinho – Psicologia Aplicada à Administração. Ed. Atlas, 1990

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CAPRA, Frijof. As conexões ocultas: Ciência para uma vida sustentável. São Paulo:Ed. CULTRIX, 2002.

CHANLAT, Jean François (coord.) O Indivíduo na Organização: dimensões esquecidas. Vol. I e III. São Paulo, Atlas, 1996.

CHIAVENATO, Idalberto. Gerenciando Pessoas: o passo decisivo para a administração participativa. São Paulo: Makron Books, 1987.

SOCIOLOGIA II

EMENTA:

Metamorfoses do capitalismo: as transformações na esfera do trabalho – séculos XIX e XX; o público e o privado; o desenvolvimento do processo de trabalho; Foucault e a questão do poder; Movimentos sociais: sindicatos e organizações trabalhistas. As organizações: flexibilidade e burocracia nas organizações contemporâneas; novas relações de trabalho; novas tecnologias e a nova divisão do trabalho. Transformação da estrutura social; mudanças na ordem social; a questão multicultural; na sociedade pós-moderna; migrações, identidade cultural e identidade nacional.

OBJETIVOS:

Entender a organização com seu conjunto de significações, tanto no contexto das manifestações histórico-sociais quanto das diferenças comportamentais.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. A Sociologia e sua Aplicação Nas Organizações;
2. A Cultura da Sociedade, Suas Variáveis e o Reflexo no Comportamento Organizacional;
3. A Organização e a Influência do Indivíduo;
4. A Influência da Cultura da Sociedade nos Conflitos Organizacionais;
5. Processos de Controle Social na Organização;
6. Os Coordenadores e a Comunicação na Organização;
7. Cultura e Poder Influenciado A Gestão Organizacional;
8. Relações Humanas no Trabalho (Os Grupos Sociais);
9. Ideologia dos Grupos Organizacionais;
10. Processos Interativos e Disjuntivos dos Grupos Sociais da Organização;
11. Cultura Brasileira e Gerenciamento;

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

LAKATOS, Eva Maria – Sociologia da Administração.
MARX, Karl. **O Capital**: crítica e modernidade
NIVALDO JÚNIOR, José. **Maquiavel**: o Poder

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

VILA NOVA, Sebastião – Sociologia Geral.
DELORENZO, Neto – Sociologia Aplicada à Administração.
BERNARDES, Cyro – Sociologia Aplicada à Administração. São Paulo, Atlas, 1997
CHARON, Joel N. - Sociologia.
OLIVEIRA, Pérsio Santos de. – Introdução a Sociologia

III PERÍODO

CONTABILIDADE GERAL

EMENTA:

Conceitos, objeto e finalidade da Contabilidade. Conceituação de patrimônio. Conceituação de patrimônio. A Estática patrimonial demonstrada através do Balanço Patrimonial. As variações patrimoniais e apuração de resultado. Os demais demonstrativo contábeis. Contabilidade como instrumento de tomada de decisão. O processo contábil: escrituração e o método das partidas dobradas.

OBJETIVOS:

Capacitar o aluno a entender o mecanismo de registro, escrituração e controle do patrimônio das entidades e elaborar e analisar as demonstrações contábeis das entidades.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Fundamentos da Contabilidade
2. Técnicas Contábeis
3. Livros de Escrituração
4. Encerramento do Exercício Contábil e Demonstrativos Financeiros

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

IUDÍCIBUS, Sérgio de. MARION, José Carlos. **Contabilidade para não Contadores**. São Paulo: Ed. Atlas.

EQUIPE DE PROFESSORES FEA/USP – Contabilidade Introdutória. 9ª ed. São Paulo: Atlas, 1998

SILVA, César A.: TRISTÃO, Gilberto. **Contabilidade Básica**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2000

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade Geral Fácil**. 4ª ed. Ed. Saraiva.

FAVERO, Hamilton. **Contabilidade: teoria e prática**

NEVES, Silvério das – **Contabilidade Geral Fácil**

ESTATÍSTICA I

EMENTA:

Introdução à Estatística Descritiva. Tabelas e Gráficos, Medidas de Posição central e de Dispersão. Assimetria, Correlação linear de Pearson. Retas de Regressão. Números índices.

OBJETIVO:

Levar o educando a decidir com segurança diante de situações administrativas de incerteza; Situações em que o uso dos procedimentos estatísticos tornam seguras as decisões diante de um quadro de dúvida; Situar historicamente a Estatística e seus termos originais; Estabelecer com segurança as bases da Mensuração; Conceituar, definir, classificar e diferenciar os diversos tipos de variáveis; Conhecer as diversas formas de Amostragem e suas devidas situações de uso. Sentir a necessidade da amostragem no trabalho de pesquisa; Dividir e conhecer o relacionamento entre os ramos da Estatística; Tomar contato com as fases do trabalho estatístico descritivo; Organizar dados e apresentá-los convenientemente;

Conhecer, diferenciar e reconhecer situações de uso para as medidas de tendência central; sentir a necessidade do uso de uma ou algumas medidas de variabilidade; Situar o estudo da Probabilidade, distinguir os diversos tipos de eventos e calcular as suas probabilidades; Usar o teste do Qui-quadrado para decidir situações de dúvidas entre atributos de variáveis qualitativas. Identificar situações onde a Correlação simples pode facilitar a interpretação de fenômenos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Introdução Geral a Compreensão da Estatística
2. Considerações Gerais
3. Distribuição de Frequências
4. Apresentação Gráfica
5. Medidas de Posição
6. Medidas de Dispersão

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

STEVENSON, J W. Estatística Aplicada à Administração. São Paulo: Harba, 2001.

CRESPO, A. A. Estatística Fácil. São Paulo: Saraiva, 1999.

SILVA, E. M da et. All. Estatística para os Cursos de Economia, Administração e Ciências Contábeis. V. 1. São Paulo: Atlas, 1996.

BIBLIOGRAFIA COMPLETAR:

TOLEDO, Geraldo Luciano – Estatística Básica;

MARTINS, Gilberto de Andrade – Estatística Geral e Aplicada

SPIEGEL, Murray R. **Estatística**. 3ª ed. São Paulo: Pearson Education, 1994

ANDERSON, David R. Estatística Aplicada à Administração e Economia. 2ª ed. São Paulo: Pioneira, 2003

FINANÇAS I

EMENTA:

Estudar os métodos e processo de coleta, organização, elaboração e apresentação de dados objetivando seu entendimento rápido e preciso dos fenômenos analisados.

OBJETIVOS:

Conceituar os juros (sem capitalização) e compôs (com capitalização) e a sistemática de cálculo, em cada caso; Descrever os principais sistemas de amortização correntes; Apresentar métodos de comparação entre alternativas de investimento.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Juros Simples
2. Juros Compostos
3. Desconto
4. Conjuntos Equivalentes de Capitais

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

MATHIAS, Washington Franco & Gomes, José Maria. Matemática Financeira. ED. ATLAS. São Paulo.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

PUCCINI, Abelardo de lima, Matemática Financeira Objetiva e Aplicada, São Paulo: Saraiva, 1988

FARO, Clovis de - Matemática Financeira, São Paulo, Ed. Atlas

VERAS, Lilia Ladeira - Matemática Financeira, São Paulo, Ed Atlas.

SILVA, Sebastião Medeiros da – Matemática Para Cursos de Economia, Administração e Ciências Contábeis.

INFORMÁTICA

EMENTA:

Conceitos básicos de Hardware e Software. Aplicativos: Word for Windows, power point, excel, publisher, corel, internet explorer. Planilha eletrônica Excel 5.0 for Windows: introduzindo dados (escrevendo formulas; formatando dados : fazendo gráficos dos dados e imprimindo). Imprimindo planilhas e gráficos classificando e gerenciando listas. Sistemas de informação e administração da informativa Gerenciamento de informações . Banco de Dados (access). Sistema de Redes. Aplicativos contábeis.

OBJETIVOS:

Proporcionar conhecimento básico, para capacitação do aluno no domínio da Informática, como ferramenta imprescindível ao administrador empreendedor.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Evolução da computação
2. Conceitos básicos de Informática
3. Estrutura de rede local
4. Introdução à software
5. Aplicativos
6. Algoritmo e fluxograma
7. Banco de dados
8. Teleinformática

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

KANAAN, J. C informática Global: tudo que você precisa saber sobre informática. São Paulo: Pioneira, 1998.

ALBERTIN, Alberto Luiz. Administração de Informática: funções e fatores críticos de sucesso. São Paulo: Atlas, 2002.

CORNACHIONE, Jr. Edgard. Informática Aplicada às áreas de Contabilidade, Administração e Economia. São Paulo: Atlas, 1998.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

NORTON, P. Introdução à Informática. São Paulo: Makron Books, 1997.

VELOSO, F. de C. Informática: conceitos básicos. Rio de Janeiro: Campos, 1994.

MEIRELLES, Fernando de Souza – Informática: novas aplicações com microcomputadores

TEORIA DA ADMINISTRAÇÃO

EMENTA:

Estudo do pensamento administrativo e das Teorias da Administração.

OBJETIVOS:

Transmitir conhecimentos sobre as diversas Teorias da Administração e sua aplicação.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Natureza da Administração;
2. Antecedentes históricos da Administração;
3. Abordagem clássica da Administração.
4. Abordagem Humanística da Administração
5. Abordagem Neoclássica da Administração
6. Abordagem Estruturalista da Administração
7. Abordagem Comportamental da administração
8. Abordagem Sistêmica da Administração
9. Abordagem Contingencial da Administração
10. Novas Tendências da Teoria da Administração

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

CHIAVENATO, Idalberto. Teoria Geral da Administração.
LODI, João Bosco. História da Administração
MOTTA, Fernando C. Prestes. Teoria Geral da Administração: Uma Introdução.
FAYOL, H. Administração Industrial e Geral.
TAYLOR, F. W. Princípio de Administração Científica.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

DRUCKER, Peter Ferdinand- Fator Humano e Desempenho
FARIA, A Nogueira de. – Introdução à Administração
MAXIMINIANO, Antonio Cezar Amaru – Introdução à Administração
ROBBES, Stemphen P. – Administração: Mudanças e perspectivas
KWASNICKA, Eunicee Laçava – Teoria Geral da Administração
LACOMBE, Francisco José – Administração: Princípios e tendências

IV PERÍODO

ADMINISTRAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS I

EMENTA:

Conceitos. Evolução da administração de R.H. Sistemas da administração de R.H. Recrutamento e seleção de pessoas. Qualidade de vida no trabalho. Relações trabalhistas.

OBJETIVOS:

Conhecer os princípios básicos que regem a administração de recursos humanos e compreender a sua importância no ambiente interno e externo das organizações.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Introdução à moderna gestão de pessoas
2. Evolução histórica da ADRH
3. Recrutamento e seleção de pessoal
4. Higiene; medicina, segurança do trabalho
5. Relações trabalhistas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

CHIAVENATO, Idalberto – Recursos Humanos: O Capital Humano das Organizações
CHIAVENATO, I – Adm. R.H. Edição Compacta;
CHIAVENATO, I – Gestão de Pessoas: O novo papel dos R.H. nas organizações. Rio de Janeiro; Campos, 1999
MARRAS, Jean Pierre – Adm de R.H., do operacional ao estratégico. São Paulo, Futura, 2000.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

GIL, Antonio Carlos – Gestão de pessoas
LACOMBE, Francisco José – Recursos Humanos: Princípios e Tendências
CHIAVENATO, Idalberto – Gestão de Pessoas
CHIAVENATO, Idalberto – Gerenciando Pessoas: O passo decisivo para a administração participativa.

ANÁLISE DE DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

EMENTAS:

Seu uso como balizador e instrumento para a administração empresarial, através do ajuste das demonstrações financeiras para a utilização nos diversos tipos de análises, constantes do conteúdo programático. Estes índices darão suporte para a avaliação das empresas abalizadas.

OBJETIVOS:

Capacitar o profissional de Administração a entender e analisar documentos contábeis e financeiros, e através destes fomentar melhor seu processo decisório

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Importância do conhecimento Contábil para tomada de decisão.
2. Estrutura das Demonstrações Financeiras.
3. Análise de Balanço.
4. Índices de Estrutura Patrimonial.
5. Índices de Rotatividade.
6. Índices de Liquidez.
7. Índices de Rentabilidade.
8. Índices de Crescimento e Produtividade.
9. Análise DUPONT
10. Margem X Giro.
11. NCG – Necessidade de Capital de Giro
12. Efeito Tesoura
13. Ponto de Equilíbrio

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

- FALLINI, P. Avaliação Econômica de Empresas. 2ª ed. São Paulo. Atlas, 1993.
- ALMEIDA, M..C. Consolidação de Recursos Financeiros. São Paulo. Atlas, 1991.
- MAGALHÃES, A de D. F. e Outros. Perícia Contábil. Uma abordagem Ética Processual e Operacional. São Paulo. Atlas, 1995.
- IDÍCIBUS, S. Análise de Balanços. 6ª ed. São Paulo. Atlas, 1992.
- SCHRIKER, W. K. Análise de Crédito – Concessão e Gerência de Empréstimos. 2ª ed. São Paulo. Atlas, 1995

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

- ASSAF NETO. A. Estrutura e análise de balanço: um enfoque econômico-financeiro. São Paulo. Atlas, 1998.
- MATARAZZO, D.C. Análise financeira de balanço; abordagem básica e gerencial. São Paulo.
- NEVES, Silvério das – Contabilidade Básica
- FLORENTINO, A M Análise Contábil: Análise de balanços. Rio de Janeiro: FGV, 1998.
- LEITE, H de P. Contabilidade para administradores, São Paulo: Atlas, 1998.
- PEREZ JUNIOR, J.H., OUBEIRA ,L.M. Contabilidade avançada: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 1998.
- RIBEIRO, Osnir Moura – Contabilidade Geral Fácil

DIREITO COMERCIAL E DO CONSUMIDOR

EMENTA:

Novas tendências do Direito Comercial frente ao contexto brasileiro e internacional. Aspectos teóricos e práticos. Legislação básica. Objetiva fornecer conhecimentos sobre os diversos tipos de empresas, sua formação e estrutura, possibilitando uma melhor escolha para montagem do próprio negócio. Diferenciar o que seja patente e marca, seu registro e proteção. Conceituar consumidor, fornecedor, bens de consumo e prestação de serviço. Dar noções sobre relação de consumo, propaganda, contratos e atuações das empresas diante do código de defesa do consumidor.

OBJETIVOS:

Apresentar aos alunos as tendências nacionais e internacionais do direito comercial.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Sociedades Empresariais
2. Propriedade Industrial
3. Direito do Consumidor

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

FUHRER, Maximilianus Cláudio Américo. Resumo de Direito Comercial, Malheiros. 2004.
FUHRER, Maximilianus Cláudio Américo. Resumo de Obrigações e Contratos. Malheiros. 2004.
Martins, Fran. Curso de Direito Comercial. Forense. 2000

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

PINHO, Rui Rebello – Instituições de Direito Público e Privado
MARTINS, Sergio Pinto – Instituições do Direito Público e Privado
BRANCATO, Ricardo Teixeira – Instituições de Direito Público e Privado.
GAMA, L. Zaghetto – Curso de Direito do Consumidor
Código Civil
Código Comercial
Código de Defesa do Consumidor

MARKETING I

EMENTA:

Conhecimentos básicos do Marketing mostrando fatores ambientais que ajudam no marketing. Analisando o processo de marketing através de suas atividades. Ter um bom relacionamento com o produto e o mercado. Ser objetivo e ter diretrizes com a rotina do marketing orientando-se para a exploração racional dos recursos humanos e tecnológicos, visando o bem estar do homem e a racionalidade dos mercados.

OBJETIVOS:

Conhecer e praticar os princípios que regem o mercado, a administração de vendas, a mercadologia e compreender a sua real importância e necessidade internamente e externamente das empresas e de nossas vidas

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Conceituação do marketing
2. Características principais e fatores ambientais que influenciam no marketing
3. Comportamento do comprador – econômico psicológico – socio cultural
4. O processo de marketing e suas atividades
5. Pesquisa de mercado
6. Conceito de produto
7. Estratégia para o relacionamento produto-mercado
8. Distribuição do produto-atacadista-varejista e outros segmentos
9. Decisões, objetivos e diretrizes referentes a fixação dos preços estratégia fatores ambientais e políticas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

COBRA, Marcos. Administração de venda. São Paulo, Ed. Atlas, 1992
SANDHUSEN, Richard . Marketing básico. São Paulo. Ed. Saraiva. 2002
PETERS, Tom. Marketing um a um. São Paulo. Ed. Campus. 2004
MIRANDA, Roberto. Marketing do varejo. São Paulo. Ed. Qualitymark. 2001
MCHEBBA, Regis. Marketing de relacionamento. São Paulo.Ed. Campus. 2003

BIBLIOTECA COMPLEMENTAR:

FERRELL, O. C.- Estratégia de Marketing
KOTLER, Philip – Administração de Marketing
MACHILINE, Cláudio – Gestão de Marketing
COBRA, Marcos – Marketing Básico
MATTAR, Fauze N. – Pesquisa de Marketing
CHURCHILL, Gilbert A. – Marketing: Criando Valor Para os Clientes
LAS CASAS, AlexandreLuzzi – Plano de Marketing para Micro e Pequenas Empresas
ZANOTTA, Egydio Barbosa – Novos Rumos do Marketing

O. S. M. - I

EMENTA:

Organização e reorganização, distribuição do trabalho. Aproveitamento racional de espaço físico. Gráficos de organização. Formulários. Metodologia para levantamento, análise e prognóstico das organizações

OBJETIVOS:

Apresentar noções gerais de sistemas, Organização e Métodos; Apresentar bases conceituais para uso no exercício de atividades práticas; Capacidade de percepção e racionalização de disfunções organizacionais, a partir do exercício das atividades de Planejamento e Organização.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. O & M e a Evolução da Teoria das Organizações;
2. O Surgimento da Área de Organização e Métodos;
3. As Atribuições Básicas do Analista de Organização, Sistemas & Métodos;
4. Atuação do Analista de O & M nos processos de Informatização;
5. O papel de O & M no Sistema de Informação;
6. Instrumentos de Levantamento de Informações;
7. As quatro colunas que sustentam os vencedores da qualidade;
8. Fluxogramas;
9. Organogramas;
10. Estudos e distribuição do trabalho (Q.D.T);
11. Formulários;
12. Estruturas organizacionais;
13. Delegação, Centralização e Descentralização;
14. Manualização: Elaboração e uso de Manuais

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ARAÚJO, Luis Cezar Gonçalves. Organização e Métodos
CURY, Antonio. Organização e Métodos
OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. Sistemas, Organização e Métodos.
ROCHA, Luis Osvaldo Leal. Organização e Métodos

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

CRUZ, Tadeu – Sistemas, Organização & Métodos
DÁSCENÇAO, Luiz Carlos, M. – Organização Sistemas e Métodos: Análise, redesenho e informatização de processos administrativos.

ADMINISTRAÇÃO RECURSOS MATERIAIS I**EMENTA:**

Conceito e evolução dos Recursos Materiais e Patrimoniais; Papel dos Recursos Materiais e Patrimoniais na empresa moderna; Os fatores de Produção; Enfoques e Tendências da Administração de Materiais; Responsabilidades e Atribuições da Adm. de Recursos Materiais; Estratégias de Aquisição de Recursos Materiais e Patrimoniais; Novas Formas de Comprar; Tecnologia na Administração de Recursos Materiais; Evolução do Relacionamento Cliente X Fornecedor; Armazenagem; Gestão dos Estoques; Administração dos Recursos Patrimoniais; Estudos de Caso.

OBJETIVOS:

Oferecer aos Acadêmicos uma visão ampla da Gestão dos Recursos Matérias e Patrimoniais, como forma de Gerenciamento de uma das Áreas empresarial, inserida no contexto das atividades produtivas, comerciais e na prestação de serviços, dotando-os dos principais conceitos e habilidades para a tomada de decisões no gerenciamento dos Recursos Materiais e Patrimoniais de uma empresa, afim de que esta consiga e mantenha sua competitividade no atual ambiente do mercado.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Introdução a Administração de Recursos Materiais e Patrimoniais
2. Aquisição de Recursos Materiais e Patrimoniais
3. Gestão de Armazenagem
4. Gestão de Estoques
5. Administração dos Recursos Patrimoniais

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

MARTINS, Petrônio Garcia. ATL. Paulo Renato Campos. Administração de Materiais e Recursos Patrimoniais. Editoras Saraiva.

CHIAVENATTO, Idalberto – Administração de Recursos de Materiais – ed. Campus – São Paulo. (Complementar: Textos extraídos da Internet, Revistas Especializadas, jornais)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

TRIGUEIRO, Fernando – Administração de Materiais: Um enfoque prático – Visão logística.

DIAS, Marcos Aurélio – Administração de Materiais: Princípios, conceitos e gestão.

CIÊNCIAS POLÍTICA

EMENTAS:

Conceito e Definições, O Estado, As Formas de Governo e Estrutura Política, escolas do Pensamento Político.

OBJETIVOS:

Dar aos alunos embasamento no conhecimento político social da humanidade, formação do estado de direito e do estado jurídico de acordo com o desenvolvimento do conhecimento humano, respeito as normas culturais e às leis criadas de acordo com as necessidades da população, bem como a administração dos destinos das comunidades a partir de leis criadas pelo próprio povo através de seus representantes eleitos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Ordem Social e Política, As Sociedades Políticas;
2. Origem e Formação do Estado;
3. Noção, Objeto e Método da Ciência Política;
4. Evolução Histórica do Estado;
5. Elementos Constitutivos do Estado, Nação e Povo;
6. Território;
7. Poder do Estado;
8. Soberania;
9. Finalidade e Funções do Estado;
10. Separação dos Poderes;
11. Formas de Estado e Formas de Governo;
12. Sistemas Representativos;
13. Constituição;
14. Legalidade e Legitimidade;
15. Sistema de Sufrágios;
16. Sistemas Eleitorais;
17. Partidos Políticos;
18. Problemas do Estado Contemporâneo;
19. Estado Socialista e Capitalismo do Estado;
20. Estado Democrático, Democracia Social.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

- DALLARI, Dalmo de Abreu. O Futuro do Estado. Ed. Saraiva. São Paulo, 1972.
FERRAZ, Anna Cândido de Cunha. Poder Constituinte do Estado Membro. Direito Tribunais, 1979.
PAUPÉRIO, Arthur Macha. Teoria Geral do Estado. Ed. Forense. Rio de Janeiro. 1971.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

- AZAMBUJA, Darcy – Introdução a Ciência Política
BONAVIDES, Paulo – Ciências Políticas
STRECK, Lênio Luiz – Ciências Políticas e Teoria Geral do Estado
REVISTAS: Veja. Isto é e Jornais

CUSTOS

EMENTA:

Fornecer elementos básicos para o perfeito entendimento da Filosofia da contabilidade de custo, seu campo de aplicação e as técnicas de apuração e análise, como também dar aos alunos as noções básicas necessárias a formação de custos de um produto ou serviços.

OBJETIVOS:

O ensino da presente disciplina tem como objetivo fomentar o desenvolvimento das potencialidades do aluno, visando sua capacitação como futuro administrador. No final deste curso o aluno será capaz de:

- Caracterizar criticamente a contabilidade de custo dentro da ciência contábil, bem assim classificar os custos, os sistemas, métodos e técnicas de custeio.
- Entender e aplicar as funções da contabilidade de custos nas empresas, para formação dos custos de produtos ou serviços.
- Executar as técnicas, apreensão e avaliação na formação dos custos no ciclo operacional interno das entidades com a finalidade de avaliação de resultados, controle operacional e tomadas de decisões.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Introdução à contabilidade de custos e a administração
2. Conceitos e objetivos
3. Terminologia Contábil
4. Implantação de Sistemas de Custos
5. Custos para avaliação de estoques
6. Esquema básico de Contabilidade de Custos
7. Esquema básico de Contabilidade de Custos por Departamento
8. Critérios de Rateios dos Custos Indiretos
9. Custos para Decisão
10. Custos Fixos
11. Lucro e Margem de Contribuição
12. Custos Fixos Identificados e Retorno sobre Investimento
13. Fixação de Preço de Venda e Decisão sobre Compra ou Produção

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

MARTINS, Eliseu Contabilidade de Custos, São Paulo, Atlas, 1996.

FLORENTINO, Américo M. Custos Primários, Cálculo e Contabilização. Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1994.

WALTER, M. A Introdução a contabilidade, São Pulo, Sarayva, 1990.

CONSELHO REGIONAL DE CONTABILIDADE. Custos de Contabilidade Aplicada – 7. São Paulo.

SANTOS, Joel J. Análise de Custos, Atlas, 2000, Relatórios Estudos de Caso

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

MARIOM, Jose Carlos – Análise das demonstrações contábeis: Contabilidade Empresarial

DIREITO III

EMENTA:

Conceitos Gerais. Identificação Geral. Duração do Trabalho. Trabalho da Mulher . Trabalho do Menor. Contrato Individual do Trabalho. Higiene e Segurança no Trabalho. Acidente no Trabalho e Doenças Profissionais. Convenções Coletivas de Trabalho. Processo de Multas Administrativas. Justiça do Trabalho. Legislação Complementar. Legislação de Previdência Social.

OBJETIVOS:

Introduzir a legislação trabalhista e previdenciária na formação do discente, contextualizando o conteúdo e a utilização do mesmo na profissão. Introduzir conceitos e fundamento do direito do trabalho e direito previdenciário. Analisar a legislação trabalhista em seus pontos de interesse na profissão de administrador. Analisar a legislação previdenciária em seus pontos de interesse na profissão de administrador.

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

1. Introdução ao Direito do Trabalho;
2. História do direito do trabalho, evolução mundial e no Brasil;
3. Denominação: Legislação do trabalho. Direito operário. Direito Industrial. Direito corporativo. Direito social. Direito Sindical. Direito do Trabalho;
4. Conceito de Direito do Trabalho. Autonomia. Ramo do direito público. Relação com os demais ramos de direito;
5. Fontes do Direito do Trabalho e sua hierarquia; Constituição Federal, leis, atos do poder executivo, sentença normativa, convenções ou acordos coletivos regulamentos de empresa, disposições contratuais, usos e costumes;
6. Princípios do direito do trabalho: princípios gerais e princípios específicos;
7. Globalização e direito do trabalho: mudanças nas organizações e no mundo do trabalho;
8. Direito individual do trabalho. (CLT);
9. Conceito;
10. Relação de trabalho e relação de emprego;
11. Trabalhador, empregado e Estagiário. Empresa e Empregador;
12. Contrato individual de trabalho: denominação, conceito, objeto (obrigações no contrato de emprego), requisitos, características, forma, duração. Classificação: contrato por prazo indeterminado (regra geral) e contrato por prazo determinado (ocorrência, contrato de experiências, requisitos, prazos e indenização).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ZAINAGHI, d. s. Curso de Legislação Social. São Paulo, 1996.
NASCIMENTO, A.M. Curso de Direito do Trabalho, Rio de Janeiro, 1997.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

NASCIMENTO, Amauri Mascaro. Iniciação ao direito do trabalho. 24 ed. Ren. E atual. São Paulo.1998
OLIVEIRA, Aristeu de. Manual de prática trabalhista, 29 ed. São Paulo, 1998

EMENTA:

Organização e reorganização, distribuição do trabalho. Aproveitamento racional de espaço físico. Gráficos de organização. Formulários. Metodologia para levantamento, análise e prognóstico das organizações

OBJETIVOS:

Organização e reorganização, distribuição do trabalho. Aproveitamento racional de espaço físico. Gráficos de organização. Formulários. Metodologia para levantamento, análise e prognóstico das organizações

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. O & M e a Evolução da Teoria das Organizações;
2. O Surgimento da Área de Organização e Métodos;
3. As Atribuições Básicas do Analista de Organização, Sistemas & Métodos;
4. Atuação do Analista de O & M nos processos de Informatização;
5. O papel de O & M no Sistema de Informação;
6. Instrumentos de Levantamento de Informações;
7. As quatro colunas que sustentam os vencedores da qualidade;
8. Layuot;
9. Fluxogramas;
10. Organogramas;
11. Estudos e distribuição do trabalho (Q.D.T);
12. Formulários;
13. Estruturas organizacionais;
14. Delegação, Centralização e Descentralização;
15. Manualização: Elaboração e uso de Manuais

BIBLIOTECA BÁSICA:

ARAÚJO, Luis Cezar Gonçalves. Organização e Métodos

CURY, Antonio. Organização e Métodos

OLIVEIRA, Djalma de Pinto Rebouças. Sistemas, Organização e Métodos.

ROCHA, Luis Osvaldo Leal. Organização e Métodos

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CRUZ, Tadeu – Sistemas, Organização & Método

D´ ASCENÇÃO, Luiz Carlos M. – Organização Sistema e Método: Análise, redesenho e informatização de processos administrativos.

VI PERÍODO

ADMINISTRAÇÃO RECURSOS HUMANOS II

EMENTA:

Novos paradigmas de cargo e salários; Avaliação de desempenho; Desenvolvimento e treinamento; O futuro da gestão de pessoas.

OBJETIVOS:

Conhecer os princípios básicos que regem a administração de recursos humanos e compreender a sua importância no ambiente interno e externo das organizações.

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

1. Desenvolvimento de Cargos
2. Descrição e análise de Cargos
3. Avaliação de desempenho
4. Compensação
5. Avaliação da função de gestão de pessoas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

CHIAVENATO, Idalberto – Recursos Humanos: O Capital Humano das Organizações

CHIAVENATO, I – Adm. R.H. Edição Compacta;

CHIAVENATO, I – Gestão de Pessoas: O novo papel dos R.H. nas organizações. Rio de Janeiro; Campos, 1999

MARRAS, Jean Pierre – Adm de R.H., do operacional ao estratégico. São Paulo, Futura, 2000.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

GIL, Antonio Carlos – Gestão de Pessoas

LACOMBE, Francisco José – Recursos Humanos: Princípios e Tendências

CHIAVENATO, Idalberto – Gestão de Pessoas

CHIAVENATO, Idalberto – Gerenciando Pessoas: O passo decisivo para a administração participativa.

ADMINISTRAÇÃO RECURSOS MATERIAIS E PATRIMONIAIS II

EMENTA:

Conceito e evolução dos Recursos Materiais e Patrimoniais; Papel dos Recursos Materiais e Patrimoniais na empresa moderna; Os fatores de Produção; Enfoques e Tendências da Administração de Materiais; Responsabilidades e Atribuições da Adm. de Recursos Materiais; Estratégias de Aquisição de Recursos Materiais e Patrimoniais; Novas Formas de Comprar; Tecnologia na Administração de Recursos Materiais; Evolução do Relacionamento Cliente X Fornecedor; Armazenagem; Gestão dos Estoques; Administração dos Recursos Patrimoniais; Estudos de Caso

OBJETIVOS:

Oferecer aos Acadêmicos uma visão ampla da Gestão dos Recursos Matérias e Patrimoniais, como forma de Gerenciamento de uma das Áreas empresarial, inserida no contexto das atividades produtivas, comerciais e na prestação de serviços, dotando-os dos principais conceitos e habilidades para a tomada de decisões no gerenciamento dos Recursos Materiais e Patrimoniais de uma empresa, afim de que esta consiga e mantenha sua competitividade no atual ambiente do mercado.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Introdução a Administração de Recursos Materiais e Patrimoniais
2. Aquisição de Recursos Materiais e Patrimoniais
3. Gestão de Armazenagem
4. Gestão de Estoques
5. Administração dos Recursos Patrimoniais

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ARNOLD, J. R. Tony . Administração de Materiais. Editora Atlas

DIAS, Marco Aurélio P. : Administração de Materiais – Uma Abordagem Logística. Editora Atlas.

VIANA, João José. Administração de Materiais – Um Enfoque Prático. Editora Atlas

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

MARTINS, Petrônio Garcia - Administração de Matérias e Recursos Patrimoniais – Ed.Saraiva – 7ª Edição – São Paulo.

CHIAVENATTO, Idalberto - Administração de Recursos Materiais – Ed. Campus – São Paulo. (Complementar: Textos extraídos da Internet, Revistas Especializadas, Jornais.)

GLOBALIZAÇÃO

EMENTA:

Fornecer subsídio ao educando visando capacitá-lo para melhor compreensão estudos e análise dos modos de produção e das formações econômicas sociais e políticas, através do fenômeno da globalização da economia, com o surgimento de uma nova estrutura de produção e o advento de um novo padrão industrial, tecnológico e financeiro, das comunicações e dos negócios.

OBJETIVOS:

O ensino da presente disciplina tem como objetivo fomentar o desenvolvimento das potencialidades do aluno, visando sua capacitação como futuro administrador. Para tanto, pretende-se lhe proporcionar condições a fim de que no final deste curso será capaz de:

- 1 – Fornecer subsídios visando capacitá-lo para melhor estudo e análise dos mercados globalizados , junto à nova Geopolítica Internacional.
- 2 – Refletir sobre a conduta do administrador com vista à preservação e desenvolvimento dos valores humanos e cristãos ao lidar com as empresas no mundo globalizado.
- 3 Proporcionar aos acadêmicos conhecimentos de como estão as perspectivas econômicas das empresas brasileiras no Mercosul, União Européia e Nafta.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO: BRIC !

1. Conceitos de Globalização, Mundialização e Internacionalização.
2. Conceito de Desenvolvimento e Crescimento Econômico.
3. Os três grandes conjuntos de países e diferenças sócio-econômicas.
4. A Nova Geopolítica Internacional.
5. Corporações Transnacionais ou Multinacionais e a Economia Brasileira.
6. A Política de Industrialização e de Comércio Exterior Brasileiro.
 - a. Mudanças de política de Comércio Exterior Brasileiro nos anos 90.
 - b. As tendências Internacionais e a inserção das empresas Brasileiras no Mercado Externo.
 - c. As alterações no Mercado Internacional e as influências diretas nas vendas dos produtos Brasileiros.
7. Os Desníveis entre as Regiões Brasileiras e os grandes complexos Regionais.
8. Principais Instrumentos indutores de política de Comércio Exterior Brasileira.
9. Mercosul.
 - a. O lugar do Mercosul no Mundo.
 - b. Perspectivas econômicas do Mercosul.
10. Alca
11. Nafta
12. União Européia - características e evolução.
13. Investimentos Brasileiros na União Européia e Nafta

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ALBURQUERQUE, José Augusto Guilhon. Série ALCA - Aspectos Históricos, Jurídicos e Sociais. São Paulo, Editora F.T.D. 1998.
ANDRADE, Manoel Correia de – Geografia Econômica. São Paulo, Editora Atlas, 1992.

BATISTA, Luiz Olavo e Martins de Almeida Sampaio. Mercosul a Estratégia Legal dos Negócios. São Paulo, Editora Maltese, 1994.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

ALCOFORADO, Fernando – Globalização e Desenvolvimento

GRASSETI 7 FASQUALLI – Globalização para quem?

IANNI, Octavio – A Era do Globalismo

STRATHERN, Andrew – Globalização e Identidade Nacional

MARKETING I

EMENTA:

Conhecimentos básicos do Marketing mostrando fatores ambientais que ajudam no marketing. Analisando o processo de marketing através de suas atividades. Ter um bom relacionamento com o produto e o mercado. Ser objetivo e ter diretrizes com a rotina do marketing orientando-se para a exploração racional dos recursos humanos e tecnológicos, visando o bem estar do homem e a racionalidade dos mercados.

OBJETIVOS:

Conhecer e praticar os princípios que regem o mercado, a administração de vendas, a mercadologia e compreender a sua real importância e necessidade internamente e externamente das empresas e de nossas vidas

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

10. Conceituação do marketing
11. Características principais e fatores ambientais que influenciam no marketing
12. Comportamento do comprador – econômico psicológico – socio cultural
13. O processo de marketing e suas atividades
14. Pesquisa de mercado
15. Conceito de produto
16. Estratégia para o relacionamento produto-mercado
17. Distribuição do produto-atacadista-varejista e outros segmentos
18. Decisões, objetivos e diretrizes referentes a fixação dos preços estratégia fatores ambientais e políticas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

Administração de venda – Marcos Cobra/Ed. Atlas
Marketing básico – Richard Sandhusen/Ed. Saraiva
Marketing um a um – Tom Perters/Ed. Campus
Marketing do varejo – Roberto Miranda/Ed. Qualitymark
Marketing de relacionamento – Regis Mchenna/Ed. Campus

BIBLIOTECA COMPLEMENTAR:

FERRELL, O. C.- Estratégia de Marketing
KOTLER, Philip – Administração de Marketing
MACHILINE, Cláudio – Gestão de Marketing
COBRA, Marcos – Marketing Básico
MATTAR, Fauze N. – Pesquisa de Marketing
CHURCHILL, Gilbert A. – Marketing: Criando Valor Para os Clientes
LAS CASAS, AlexandreLuzzi – Plano de Marketing para Micro e Pequenas Empresas
ZANOTTA, Eglydio Barbosa – Novos Rumos do Marketing

O. S. M. II

EMENTA:

Informação gerencial. Tipos e usos de informação. Tratamento das informações versus atividades fins. SIG. Sistemas de apoio à decisão. Planejamento

OBJETIVOS:

Capacidade de percepção de diferentes fatores que intervêm no processo operacional administrativo. Transmitir idéias e recomendações práticas, durante trabalhos de racionalização administrativa. Capacidade de análise e desempenho da execução e de sua comparação com o planejamento.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Organização, Sistemas e Métodos.
2. Estrutura da Organização.
3. O Alcance do Controle.
4. Estruturas de Sistemas.
5. Obtenção de Informações sobre Sistemas Administrativos.
6. Análise de Sistemas Administrativos.
7. Caracterização de Solução e Desenho do novo Sistema Administrativo.
8. Implantação de Sistemas Administrativos.
9. Planejamento PERT/CPM.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

HIRSCHJELD, Henrique, Planejamento com PERT/CPM
LUPORINI, C. E. M. Pinto, N. M. Sistemas Administrativos.
MECDONOUGH. Sistemas Administrativos.
MINICH. Administração por Sistemas.
OLIVEIRA, D.P.R. de. Sistemas de Informações Gerenciais.
OPTNER. Análise de Sistemas Empresariais.

ARAUJO, Luiz Cezar G. de – Organização, Sistemas e Métodos e as Modernas Ferramentas de Gestão Organizacional.

CRUZ, Tadeu – Sistemas, Organização & Métodos

DÁSCENÇAO, Luiz Carlos, M. – Organização Sistemas e Métodos: Análise, redesenho e informatização de processos administrativos.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

VII PERÍODO

ADM. FINANCEIRA E ORÇAMENTÁRIA I

EMENTA:

Significado e objetivo da administração financeira. O papel do administrador financeiro. Administração do ativo circulante. Administração e dimensionamento das necessidades de capital de giro. Administração de caixa. Administração de valores a receber. Administração de estoque. Administração de valores a pagar.

OBJETIVOS:

Propiciar ao aluno a assimilação dos instrumentos de cálculo de operações financeiras, visando a mensuração de resultados obtidos e a projeção de prováveis resultados de aplicações financeiras e técnicas de orçamento.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

- 1) A Gestão Operacional do Capital de Giro
 - a) Fundamentos da gestão de capital de giro
 - b) Gestão de recebíveis, crédito e cobrança
 - c) Gestão Financeira de Estoques e Logística
 - d) Fontes de Financiamentos para Capital de Giro
 - e) Gestão de Tesouraria
- 2) A Gestão Estratégica do Capital de Giro
 - a) Os sistemas de Informação na Gestão Integrada do Capital de Giro
 - b) Gestão de Capital de Giro Internacional
 - c) Gestão do Valor no Capital de Giro
 - d) Gestão Tributária do Capital de Giro
- 3) Aspectos Comportamentais na Gestão do Capital de Giro

BIBLIOTECA BÁSICA:

ALBERTO Borges Matias – Finanças Corporativas de Curto Prazo, Vol. I – A Gestão do Valor de Capital de Giro – São Paulo, Atlas 2007
EUGENE, F. Brigham,, LOUIS C. GAPENSKI, Michae l- Administração Financeira, Teoria e Prática 9ª ed. São Paulo – Atlas
GITMAN, Lawrence J. – Princípios de Administração Financeira – 7ª ed.
HARBRA 2000

BIBLIOTECA COMPLEMENTAR:

HOJI, Masakazo – Administração Financeira: Uma abordagem prática
GROPPELLI, A.A. – Administração Financeira
SANVICENTE, Antonio Zoratto – Administração Financeira
BRAGA, Roberto – Fundamentos e técnicas de administração financeira, São Paulo, Atlas 1989
MARION, José Carlos – Análise das demonstrações contábeis: contabilidade empresarial. São Paulo: Atlas

ELABORAÇÃO DE PROJETO DE PESQUISA

EMENTA:

Teoria e prática na elaboração de Projetos. A natureza da pesquisa na academia. A fundamentação teórica de um projeto de pesquisa. A interdisciplinaridade em Administração e na elaboração de projetos, contribuindo para a inovação na ciência Administração e na elaboração do TCC.

OBJETIVOS:

Metodologia do Trabalho Científico

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Interdisciplinaridade em pesquisas na área de Administração;
2. Conhecimento Científico e Conhecimento Técnico: uma discussão introdutória;
3. Metodologia de elaboração de Trabalhos Acadêmicos;
4. Pesquisa documental e bibliográfica, pesquisas de campo e aplicadas;
5. Estrutura teórico-metodológica do TCC;
6. Elaboração do Projeto de TCC;
7. Estruturação do referencial teórico para o TCC.

BIBLIOTECA BÁSICA:

DORNELAS, José Carlos de Assis. Empreendedorismo: transformando idéias em negócios. 2ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2005.
GIL, Antonio Carlos. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.
MARTINS, Gilberto de Andrade & LINTZ, Alexandre. Guia Para Elaboração de Monografias e Trabalhos de Conclusão de Curso. São Paulo: Atlas, 2000.
SEVERINO, Antônio Joaquim. Metodologia do Trabalho Científico. 21ª ed.rev. e ampl. São Paulo: Cortez, 2000.

BIBLIOTECA COMPLEMENTAR:

CARVALHO, Mª Cecília M. de. Construindo o Saber – metodologia científica – fundamentos e técnicas. 12ª ed. Campinas, SP: Papirus, 1989.
DOLABELA, Fernando. Oficina do Empreendedor. São Paulo: Cultura, 1999.
LEITE, Emanuel. O Fenômeno do Empreendedorismo – criando riquezas. Recife: Bagaço, 2000.
RUDIO, Franz Victor. Introdução ao Projeto de Pesquisa. 30ª ed. Petrópolis: Vozes, 1986.
SALOMON, Délcio Vieira. Como Fazer uma Monografia. 3ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1994.

MARKETING II

EMENTA:

Comunicação Integrada de Marketing: conceito básicos de comunicação. Como fazer um briefing. Orçamento de Marketing. Propaganda. Promoções. Merchandising. Venda Pessoal. Marketing on line. Marketing de Relacionamento. Avaliação de Campanhas.

OBJETIVOS:

Conhecer e praticar os princípios que regem o mercado global, a administração de vendas global, a mercadologia global e compreender a sua real importância e necessidade internamente e externamente das empresas globais e de nossas vidas.

CONTEÚDOS PROGRAMADOS:

1. Conceituação do marketing global
2. Características principais e fatores ambientais que influenciam no marketing global
3. Comportamento do comprador global – econômico psicológico – social cultural
4. O processo de marketing global e suas atividades
5. Pesquisa de mercado global
6. Conceito de produto / ciclo de vida
7. Estratégia para o relacionamento produto-mercado global
8. Distribuição física no marketing global
9. Decisões: Estratégias da fixação global de preços
10. Comunicação Integral de Mkt (CIM)

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

KOTLER, P. Administração de Marketing. São Paulo: Prentice Hall, 2000.
PINHEIRO, D.; GULLO, J. Comunicação Integrada de Marketing. São Paulo: Atlas, 2005.
PREDEBON, J . (org.). Curso de Propaganda: do anúncio à comunicação integrada. São Paulo: Atlas, 2004.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

KOTLER, Philip – Administração de Marketing
MACHILINE, Cláudio – Gestão de Marketing
COBRA, Marcos - Marketing Basico
MATTAR, Fauze N. – Pesquisa de Marketing
CHURCHILL, Gilbert A, - Marketing: Criando Valor Para os Clientes
LAS CASAS, Alexandre Luzzi – Plando de Marketing para Micro e Pequena Empresa.
ZANOTTA, Egydio Barbosa – Novos Rumos do Marketing
FERRELL, O. C. – Estratégia de Marketing

ÉTICA

EMENTA:

Ética: Consciência, virtude, dever, vontade e moral. Ética como doutrina na condição humana. Sistemas de regulação e cultura. A Ética e a relação com o poder das organizações. Ideologias. Ética Profissional Código de Ética do Administrador.

OBJETIVOS:

Ao final deste período letivo, o aluno deverá ser capaz de:

- Compreender que, enquanto reflexão crítica sobre a realidade, esta Cadeira de Ética do Administrador, objetiva em linhas gerais uma perspectiva da historicidade antropológico-dialética discursiva sobre a Sociedade em que vivemos bem como dos seus parâmetros e paradigmas contraditórios nela existentes e que a busca de superação reside em nosso “modus vivendi”;
- Entender que o domínio desta área do conhecimento filosófico não apenas fundamenta, mas também acompanha e complementa os conhecimentos técnicos e científicos da nossa cultura;
- Compreender, de maneira significativa, que a nossa realidade atual, o mundo de nossa contemporaneidade aonde a nossa existência é desdobrada, retoma a formação histórica da nossa cultura ocidental e a compreensão do comportamento ético, neste sentido, é imprescindível posto que o homem é o único animal ético da natureza. E, portanto, foge da natureza do homem, o ser não ético. Nós não apenas vivemos, nós convivemos. E são as relações éticas que possibilitam a inserção produtiva do homem enquanto ser social

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Objetivo da Etica;
2. Moral e Moralidade;
3. Axiologia;
4. Ética dos princípios no Macro Sistema;
5. A postura Ética nas relações Profissionais;
6. Situações problemas das relações Éticas no mundo contemporâneo;
7. Seminários.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ASHLEY, P A. *Ética e Responsabilidade Social nos Negócios*. São Paulo: Saraiva ,2002.
CONSELHO FEDERAL DE ADMINISTRAÇÃO. *Código de Ética do Administrador*. São Paulo: CFA, 2002.
VASQUES, A SÁNCHEZ *Ética Metodologia*

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

PASSOS, Elizete – *Ética nas Organizações*
CARMARGO, Marculino – *Fundamentos de Ética Geral e Profissional*
ALONSO, Felix Ruiz – *Curso de Ética em Administração*
ARRUDA, Maria Cecília Coutinho de – *Fundamentos da Ética Empresarial e Econômica*.

ADMINISTRAÇÃO DA PRODUÇÃO I

EMENTA:

Estudo das atividades orientadas à produção de bens e a prestação de serviços dando ênfase à formulação das estratégias de negócios de uma empresa, e sua relação com as estratégias funcionais de Marketing, Finanças e Recursos Humanos, de forma a alavancar a competitividade da empresa no mercado.

OBJETIVOS:

Proporcionar aos alunos conhecimento básico sobre a administração de processos produtivos, planejamento, coordenação, direção e controle para que, tenham, possibilidade de participar das atividades de uma empresa com uma idéia mais clara e objetiva do que é um processo. Intercambiar inovações no trabalho com os conceitos repassados em sala de aula.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Introdução à Administração da Produção e Operações
2. Processo de Tomada de Decisão
3. Planejamento da Capacidade
4. Localização de Instalações (Lay Out)
5. Projeto do Produto e do Processo

BIBLIOTECA BÁSICA:

MOREIRA, Daniel Augusto. Administração da Produção e Operações. Editora Pioneira – São Paulo, 2004.

SLACK, Nigel; CHAMBERS, Stuart; JOHNSTON, Robert. Administração da Produção. Editora Atlas – São Paulo, 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

MARTINS, Petrônio G. e LAUGENI, Fernando P. Administração da Produção – Editora Saraiva, 1998.

PEINADO, Jurandir e GRAEML, Alexandre R. Administração da Produção – Operações Industriais e de Serviços. Editora UnicenP – Curitiba, 2007.

VIII PERÍODO

ADM. FINANCEIRA E ORÇAMENTÁRIA II

EMENTA:

O Estudo e a estrutura de Capital. Metodologia financeira de análises de investimento. Desenvolvimento e controle de orçamento.

OBJETIVOS:

Propiciar ao aluno a assimilação dos instrumentos de cálculo de operações financeiras, visando a mensuração de resultados obtidos e a projeção de prováveis resultados de aplicações financeiras e técnicas de orçamento.

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

1. Captação de Recursos Financeiros e Longo Prazo, com planejamento orçamentário;
2. Aplicação de Recursos Financeiros a Longo Prazo, com planejamento orçamentário;

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ALBERTO, Borges Matias – Finanças Corporativas de Longo Prazo – 2º Volume: Criação do valor com sustentabilidade financeira/ CEPEFIN – Centro de Pesquisas em Finanças – São Paulo: Atlas 2007

GITMAN, Lawrence J PRINCIPIOS DE ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA,. – Ed. HARBRA – 7º Edição

EUGNE F. Brigham LOUIS C. Gapenski, MICHAEL Ck. Ehrhardt –Administração Financeira, Teoria e Prática – 9ª Ed. Atlas – São Paulo, 2001

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BRAGA, R. Fundamentos e técnicas de administração financeira. São Paulo: Atlas, 1996.

MARION, José Carlos, Análise das demonstrações contábeis: contabilidade empresarial. São Paulo Atlas, 2001

COLEÇÃO EMPRESARIAL, Fae e Gazeta do Povo – Paraná 2002

ADMINISTRAÇÃO DA PRODUÇÃO II

EMENTA:

Planejamento e Controle da produção: natureza do PCP. Planejamento e controle da capacidade produtiva. Planejamento e controle de estoques .Planejamento e controle da cadeia de suprimentos. MRP e MRP II; POT; JIT. Planejamento controle de projetos (PERT e CPM). Planejamento e controle da qualidade.

OBJETIVOS:

Conhecimentos básicos de administração de produção com visão macro de produtividade relacionada ao atendimento da demanda e satisfação do cliente no tempo certo, na quantidade certa e com qualidade que supra as necessidades dos clientes com menor custo e lucratividade.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Medida da Produtividade e Eficiência
2. Lay Out das Instalações Produtivas
3. Estudo de Tempos
4. Planejamento Agregado
5. Programação e Controle da Produção
6. Administração de Projetos

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

MARTINS, P. G. Administração da Produção. São Paulo: Saraiva, 2000.

SLACK, N.; et al. Administração da produção. São Paulo: Atlas, 1997.

RUSSOMANO, V. H. Planejamento e controle da produção. São Paulo: Pioneiro, 2000.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

CAMPOS, F. Falconi, TQC: Controle da Qualidade Total- no estilo japonês – Fundação Christiano.

MOREIRA, Daniel Augusto. Administração da produção e operações. São Paulo: Pioneira, 2001.

SLACK, N.; et al. Administração da produção. São Paulo: Atlas, 1997.

CHIAVENATO, Idalberto, Iniciação ao Planejamento e Controle da Produção – Ed. McGraw – Hill

DIREITO IV

EMENTAS:

Direito Administrativo. Fontes. Conceitos Básicos. Ato Administrativo. Poderes da Administração. Contratos Administrativos. Domínio Público. Serviço Público e Controle Administrativo.

OBJETIVOS:

Conceituar institutos do direito administrativo, através de estudos na doutrina, legislação e jurisprudência específicas, visando analisar a equação teoria - praxes.

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

- 1 Noções Introdução
- 2 Direito Público e Privado
- 3 História do Direito Administrativo
- 4 Fontes e Conceito de Direito Administrativo
- 5 Sistema Administrativo
- 6 Codificação do Direito Administrativo
- 7 Administração Pública
- 8 Poderes Administrativos
- 9 Ato Administrativo
- 10 Contratos Administrativos
- 11 Serviços Públicos
- 12 Domínio Público
- 13 Intervenção do Estado na Propriedade e Atuação no Domínio Público
- 14 Controle da Administração
- 15 Responsabilidade Civil do Estado

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

- FÜHRER, Maxmilianus Cláudio Américo. Resumo de Direito Administrativo, Malheiros Editores.
- MEIRELLES, Hely Lopes. Direito Administrativo Brasileiro. 21ª ed. São Paulo: Malheiros Editores, 1996.
- JÚNIOR, José Cretella, 1000 Perguntas e Respostas de Direito Administrativo, Forense.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

- BANDEIRA DE MELLO, Osvaldo Aranha. Princípios de Gerais de Direito Administrativo. Rio de Janeiro: Forense.
- BASTOS, Celso Ribeiro. Comentários à Constituição do Brasil: promulgada em 05 de outubro de 1988. São Paulo: Saraiva, 1988.
- BEDRAN, Elias. A mineração à luz do Direito Brasileiro. Comentário, Doutrina e Jurisprudência. Vol. 1. Rio de Janeiro: Alba, 1957.
- CRETILLA, Júnior José. Manual de Direito Administrativo. Rio de Janeiro: Forense.
- DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. Direito Administrativo. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1995.
- MELLO, Celso Antonio Bandeira de. Curso de Direito Administrativo. 6ª ed. São Paulo: RT, 1995.
- MOREIRA NETO, Diogo de Figueiredo. Curso de Direito Administrativo. Rio de Janeiro: Forense, 1992.

ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

EMENTA:

Estratégia e lógica. Tipos de vantagens competitivas. O sucesso e seus determinantes. Iniciando a trilha para o sucesso. A estratégia pelos clientes. Pela mudança no negócio e complementares. A estratégia e os clientes competitivos e a mudança.

OBJETIVOS;

Proporcionar uma visão prospectiva do ambiente e da empresa para obtenção e sustentação de vantagens competitivas e situações em que a sensibilidade e a intuição passam a ser mais valorizadas.

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

1. Algumas considerações sobre a Estratégia nas empresas;
2. Quanto vale uma idéia que leva a empresa ao sucesso?
3. Estratégia e Lógica;
4. A estratégia como problema;
5. Avaliação da qualidade de um negócio em si;
6. Tipos de vantagens competitivas e posições privilegiadas para o sucesso;
7. O sucesso e seus determinantes;
8. A grande estratégia: iniciando a trilha para o sucesso;
9. A estratégia para os clientes;
10. A estratégia pela mudança no negócio;
11. As estratégias complementares;
12. A estratégia e os clientes competitivos;
13. A mudança da estratégia.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

OLIVEIRA, D.P.R. DE *Estratégia Empresarial: Uma Abordagem Empreendedora*, São Paulo: Atlas, 1996.

ZACCARELLI, Sérgio B. *Estratégia E Sucesso Nas Empresas*. São Paulo: Saraiva, 2000.

BIBLIOGRFIA COMPLEMENTAR:

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças – *Planejamento Estratégico: Conceitos, metodologias e práticas*

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças – *Estratégia Empresarial: Uma abordagem Empreendedora*.

GONÇALVES, Carlos Alberto - *Estratégia Empresarial: O Desafio das Organizações*

BETHLEM, A. *Estratégia Empresarial: Conceitos, Processos e Administração Estratégia*. São Paulo: Atlas, 1998.

QUALIDADE E PRODUTIVIDADE

EMENTA:

Esta disciplina visa apresentar o contexto de excelência empresarial, notadamente os conceitos, filosofias, princípios e técnicas referentes à gestão da qualidade e produtividade. Deve ser resultado que a condição primeira para que uma organização atinja e mantenha a classe internacional é que os seus sistemas de qualidade e produtividade, planejamento estratégico, recursos humanos de informação e orçamento, além da tecnologia e resultados, sejam todos integrados, formando um único e poderoso processo administrativo da empresa, visando atinja resultados perenes e com foco nas necessidades do mercado e criando a possibilidade de sustentabilidade dentro do contexto. Serão focados a história da qualidade, os programas de qualidade, o controle da qualidade, qualidade de projeto, produto e processo, processo de melhoria contínua, gerenciamento pelas diretrizes e gestão pela qualidade.

OBJETIVOS:

É de fundamental importância para o sucesso da gestão empresarial, a qual possui, entre outros, os seguintes objetivos básicos:

- Permitir aos alunos um contato mais direto, com as empresas/profissionais da “era da qualidade”;
- Apresentar aos alunos as ferramentas utilizadas nos programas de qualidade;
- Possibilitar que os alunos sejam capazes de perceber a importância de se implantar um programa de qualidade, em qualquer organização;
- Sensibilizar os alunos que qualidade não é mais um modismo, mas sim uma questão de sobrevivência para as organizações deste mundo globalizado e altamente competitivo;
- Despertar nos discentes que a qualidade é a garantia de satisfação dos clientes.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

- 1 Abordagem histórica da Qualidade;
- 2 O processo da melhoria contínua;
- 3 Gerenciamento pelas diretrizes;
- 4 Gestão da Qualidade Total;
- 5 O processo de Certificação;
- 6 Responsabilidade Social.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

GIL, Antonio, Gestão da Qualidade Empresarial, Atlas.2000
PALA, Edson Pacheco. Gestão da Qualidade. Atlas, 2001.

BIBLIOTECA BÁSICA:

BALESTERRO-ALVAREZ, Maria Esmeralda- Administração da Qualidade e da Produtividade: Abordagem do Processo Administrativo
PALADINI, Edson Pacheco – Gestão da Qualidade: Teoria e Prática
LAS CASAS, Alexandre Luzzi – Qualidade Total em Serviços: Conceitos, exercícios e caso práticos.

IX PERÍODO

ADMINISTRAÇÃO DE SISTEMA DE INFORMAÇÕES

EMENTA:

Sociedade da informação e do conhecimento; A organização como sistema e o enfoque de processos; O ambiente da organização e as informações; Sistemas de Informação e suas abordagens: Sistemas de Informações Operacionais (SIO), Gerenciais (SIG) e Estratégicos (SIE); Fluxo de informações; Modelagem de dados; Sistemas de informação automatizados: Conceitos e componentes básicos, evolução, planejamento, desenvolvimento, controle e avaliação; Impacto da tecnologia de informação nos sistemas de informação; Bases conceituais do processo decisório; A importância da Informação no processo decisório a nível operacional, tático e estratégico

OBJETIVOS:

O objetivo desta disciplina é estudar as possibilidades de sistemas de informações para os processos de negócios da empresa. Apresentam-se alternativas para os processos de planejamento, aquisição desenvolvimento e implantação das soluções, à vista dos condicionantes dos ambientes externo e interno da empresa.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Sociedade da Informação e do Conhecimento
2. Abordagem Sistêmica da Organização
3. Informação
4. Sistemas de Informação e Tecnologia da Informação
5. Processo Decisório

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ROSINI, A. M. Administrando Sistemas de Informação e a Gestão do Conhecimento – São Paulo: Ed. Thompson. 2004
STAIR, Ralph M. – Princípios de Sistemas de Informação – Rio de Janeiro: LTD, 2 ed. 2002
ANGELONI, M^a Terezinha – Organizações do conhecimento – São Paulo: Futura
POLLONI, Enrico G. T. – Administrando Sistemas de Informação. 2^a ed.
DAVENPORT, Thomas H. – Ecologia da Informação 3^a ed. São Paulo: Futura, 1998
MEIRELLES, Fernando – Informática – São Paulo: Makron Books. 1994
BEAL, Adrian – Gestão Estratégica da informação – São Paulo: Atlas, 2004

BIBLIOTECA COMPLEMENTAR:

SILVIA, Arídián – Sistemas de Informação na Administração Pública

ANALISE DE BALANÇO

EMENTA;

Uso do conhecimento contábil pela administração. Estruturas das demonstrações financeiras. Análise vertical. Análise Horizontal. Índices de liquidez. Índices de crescimento e produtividade. Índices de Estrutura Patrimonial. Índices de Rotatividade. Índices de Rentabilidade.

OBJETIVOS;

Capacitar o profissional de Administração a entender e analisar documentos contábeis e financeiros e através deste fomentar melhor seu processo decisório.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Importância do conhecimento Contábil para tomada de decisão.
2. Estrutura das Demonstrações Financeiras.
3. Análise de Balanço
4. Índices de Estrutura Patrimonial
5. Índices de Rotatividade
6. Índices de Liquidez
7. Índices de Rentabilidade
8. Índices de Crescimento e Produtividade
9. Padrões e Relatórios de Análise

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ASSF NETO. A estrutura e análise de balanços: um enfoque econômico-financeiro. São Paulo: Atlas. 1998.

IUDÍCIBUS, S. Análise de Balanços. São Paulo: Atlas, 1998.

MATARAZZO, D.C. Análise financeira de balanço: abordagem básica e gerencial. São Paulo: Atlas, 1998.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

MARIOM, José Carlos – Análise das demonstrações contábeis: Contabilidade empresarial.

IUDICIBUS, Sergio de – Análise de balanços

FLORENTINO, A. M. Análise Contábil: análise de balanços. Rio de Janeiro: FGV, 1988.

LEITE, H. de P. Contabilidade para administradores. São Paulo: Atlas, 1988.

PEREZ JUNIOR, J.H, OLIVEIRA, L.M. Contabilidade avançada: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 1988.

Direito V

EMENTA:

Conceito de Direito Tributário. Concessão e classificação dos tributos. Fontes do Direito Tributário. Repetição do indébito tributário e lançamento. Exclusão e privilégios do crédito tributário. O Sistema Tributário Nacional. Infrações tributárias. Administração tributária. Os impostos no Sistema Tributário Brasileiro.

OBJETIVOS:

Conduzir os discentes à apreensão da Legislação Tributária, objetivando:

A absorção de uma visão dinâmica do sistema tributário nacional existente, tornando possível manter-se atualizado mesmo diante das constantes modificações legais, buscando o favorecimento da comunicação com os demais setores (jurídico, fiscal e contábil) envolvidos no gerenciamento tributário empresarial.

Utilizar tais conhecimentos quanto à frente de qualquer função administrativa, quer no setor público (como gestor do dinheiro público), quer no setor privado (gerenciador do encargos tributários): desenvolvendo habilidades para conhecer problemas tributários da empresa, atuando tanto no planejamento (prevenção) quanto na organização e estruturação da administração tributária-fiscal empresarial.

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

1. O Direito Tributário
2. Receitas Públicas
3. Fontes do Direito Tributário e Hermenêutica
4. Obrigação Tributária e Fato Gerador
5. Crédito Tributário e Lançamento

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

GASPAR, Filho. W. Direito Tributário. Editora Rio, 1982.
NOGUEIRA. R.B. Curso de Direito Tributário. Rio de Janeiro: Saraiva, 1995.
LONGO, C.A. A Questão Tributária. São Paulo: Andina, 1986.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

DENARI, Zelmo – Curso de Direito Tributário
MACHADO, Hugo de Brito – Curso de Direito Tributário
TORRES, Ricardo Lobo – Curso de Direito Financeiro e Tributário
AMARO, Luciano – Direito Tributário Brasileiro
BALEEIRO, Aliomar – Introdução à Ciência das Finanças
ADISSON, Michael E. Fundamentos de Organização e Métodos.
BENTLEY, Trevor. Informação Comunicação e Explosão Burocrática.

EMPREENDEDORISMO

EMENTA:

Empreendedorismo: origem, definição e conceitos. O perfil e as características do empreendedor. Identificação de oportunidades de negócios. Criatividade e inovação na criação de empresas. O empreendedorismo como opção de carreira. O planejamento e criação de empresas: o plano de negócio (business plan).

OBJETIVOS;

- Suscitar no aluno a curiosidade, a criatividade a inovação e a construção de uma idéia e a oportunidade de negócio
- Estimular o aluno a desenvolver suas características e / ou habilidades empreendedoras.
- Fornecer informações imprescindíveis a construção de um plano de negócios.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO: Empreendedor e empreendedorismo

- 1 Empreendedorismo: origem, definição e conceitos.
- 2 O perfil e as características do empreendedor
- 3 Identificando oportunidades de negócios.
- 4 Criatividade e inovação na criação de empresas.
- 5 O empreendedorismo como opção de carreira.
- 6 O planejamento e criação de empresas: o plano de negócio (business plan).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

DORNELAS, José Assis. Empreendedorismo. São Paulo: Campus, 2005.

DRUCKER, Peter F. Inovação e Espírito Empreendedor (entrepreneurship) - práticas e princípios. São Paulo: Pioneira, 1989.

DEGEN, Ronald. O Empreendedor. 8ª Edição. Editora Pearson Education do Brasil Ltda., 2003.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

DOLABELA, Fernando. Oficina Do Empreendedor. 1999.

DOLABELA, Fernando. O Segredo De Luisa. Minas Gerais. 1999.

LEITE, Emanuel – O Fenômeno do Empreendedorismo

BERNARDI, Luiz Antonio – Manual de Empreendedorismo e Gestão

LEITE, Emanuel Empreendedorismo: Gerando Riquezas, ED.BAGAÇO. Recife. 1989.

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

EMENTA:

Planejamento Estratégico. Conceitos e Tipos de Planejamento. Metodologia de Elaboração e Implementação. Diagnóstico Estratégica. Missão. Objetivos e Desafios Empresariais. Políticas Empresariais. Projetos e planos de Ação. Controle e Avaliação do Planejamento Estratégico.

OBJETIVOS:

Desenvolver a capacidade de análise crítica e sistematizada das principais contribuições teóricas para o entendimento das influências ambientais recebidas na organização, nos aspectos políticos, econômicos, sociais e tecnológicos, na elaboração e implementação do planejamento estratégico, visando mantê-la sempre em condições de competição com a concorrência.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

- 1 Conceitos do Planejamento Estratégico
- 2 Metodologia de Elaboração e Implementação do Planejamento Estratégico
- 3 Diagnósticos Estratégicos
- 4 Missão da Empresa
- 5 Objetivos e Desafios Empresariais
- 6 Políticas Empresariais
- 7 Projetos e Planos de Ação
- 8 Controle e Avaliação do Planejamento Estratégico

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

OLIVEIRA, D. P. R. de. *Planejamento Estratégico: conceito, metodologia e práticas*. São Paulo: 2004.

TIFFANY, Paul – *Planejamento Estratégico*. Rio de Janeiro: Campos, 1999.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BETHLEM, A. *Estratégia Empresarial: conceitos, processos e administração estratégica*. São Paulo: Atlas, 1998.

COSTA, Eliezer Arantes. *Gestão Estratégica*. São Paulo: Saraiva, 2003.

FISCHMANN, A. *Planejamento Estratégico na Prática*. São Paulo: Atlas, 1996.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. *Marketing: conceitos, exercícios e casos*. São Paulo: Atlas, 2004.

SANTOS, L.A.A. dos. *Planejamento e Gestão Estratégica nas Empresas*. São Paulo: Atlas, 1996.