

## **Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial** **Fatec Santana de Parnaíba**

Reestruturado no 2º sem/2012

### **1. Objetivos Gerais e Específicos**

#### **1.1 Gerais**

Desenvolver visão empreendedora, compreender o processo organizacional e gerar novos conhecimentos, estabelecer estratégias de gestão, gerenciar fluxos de recursos e informações, desenvolver e dominar processos decisórios com a utilização de novas tecnologias, inovar, solucionar conflitos e enfrentar resistências a mudanças necessárias.

#### **1.2 Específicos**

Planejar, organizar, coordenar e controlar os processos organizacionais, buscar atingir os objetivos da empresa, selecionar e definir prioridades, aperfeiçoar as relações empresariais, desenvolver a comunicação interna e externa à organização.

#### **1.3 Competências**

Tomar decisões, desenvolver iniciativas e participar ativamente na concepção e organização dos objetivos estratégicos das empresas, fazendo uso intensivo de novas tecnologias disponíveis.

#### **1.4 Perfil Profissional para o egresso**

Focado nas transações comerciais, o Tecnólogo em Gestão Comercial presta-se à organização atendendo as diversas formas de intervenção (varejo, atacado, representação, etc.) de qualquer setor. Como conhecedor das condições de viabilidade econômico-financeiro-tributária, dos instrumentos de relacionamento com o cliente e dos princípios da qualidade, atua no planejamento, operação, implantação e atualização de sistemas de informações comerciais que proporcionem maior rentabilidade e flexibilidade ao processo de comercialização. Atua no fluxo de informações com os clientes, proporcionando maior visibilidade institucional da empresa, definindo estratégias de venda de serviços e produtos, gerenciando a relação custo e preço final.

O Tecnólogo em Gestão Comercial planeja, organiza, coordena e controla os processos administrativos e decisórios de uma instituição. Aplica conceitos e ferramentas tecnológicas específicas de assessoramento, de forma a aperfeiçoar todas as atividades organizacionais. Esse profissional presta assessoria a executivos, diretores e suas respectivas equipes; elabora textos técnicos (inclusive em língua estrangeira), além de gerenciar informações.

#### **O tecnólogo em Gestão Comercial deverá estar apto para as funções:**

- a) Planejar, organizar, dirigir e controlar os processos administrativos, principalmente em ambientes informatizados;
- b) Assessorar diretamente os executivos de uma empresa;
- c) Utilizar tecnologias inerentes à organização de centros decisórios das Instituições;
- d) Redigir textos profissionais especializados, inclusive em língua estrangeira;
- e) Aplicar conhecimentos protocolares;
- f) Planejar, dirigir e controlar o processo de comunicação da empresa, inclusive em língua estrangeira;

- g) Gerenciar de forma eficaz os Recursos Humanos, Financeiros, Materiais e da Informação;
- h) Implantar modelos inovadores de gestão;
- i) Ter uma visão ampla e crítica da realidade sócio-econômica-cultural; e
- j) Articular-se com diferentes níveis de empresas e instituições públicas ou privadas ou diferentes clientes.

## 2. Organização Curricular

Na organização do currículo leva-se em consideração o desenvolvimento de conteúdos e atividades que permitam aos estudantes desenvolverem competências para lidar com modelos inovadores de gestão; desenvolver uma visão ampla e crítica da realidade socioeconômica e cultural e articular-se com diferentes níveis de empresas e instituições públicas ou privadas ou diferentes clientes.

### Normas Legais:

A Composição Curricular do Curso está regulamentada na Resolução CNE/CP nº 03/2002, que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a organização e o funcionamento dos cursos superiores de tecnologia.

A Carga Horária estabelecida para o Curso, na Portaria nº 10, de 28 de julho de 2006, que aprova, em extrato, o Catálogo Nacional dos Cursos Superiores de Tecnologia.

O curso de Tecnologia em Gestão Comercial, pelo novo Catálogo de Cursos de Tecnologia, pertence ao Eixo Tecnológico de Gestão e Negócios e propõe uma carga horária total de 1.600 horas. A carga horária total de 2.880 aulas (50 minutos), que equivalem a 2.400 horas de atividades, mais 240 horas de Estágio Supervisionado e 160 horas de Trabalho de Graduação, totalizando 2.800 horas, contemplam assim o disposto na legislação.

### Dados Gerais do Curso:

- **Carga horária: 2.800 horas**, sendo 2.880 aulas = 2.400 horas de atividades + 240 horas de Estágio Supervisionado e 160 horas de Trabalho de Graduação.
- **Duração da hora/aula:** 50 minutos;
- **Período letivo:** semestral, mínimo de 100 dias letivos, de 20 semanas;
- **Prazo de integralização:** mínimo: 3 anos ( 6 semestres),  
máximo: 5 anos (10 semestres);
- **Vagas Semestrais:** 40 para o turno diurno; 40 para o noturno;
- **Turno de funcionamento:** Diurno; Noturno.
- **Regime de Matrícula:** Semestral;
- **Regime do Curso:** Matrícula por conjunto de disciplinas;
- **Forma de Acesso:** Classificação em Processo Seletivo – Vestibular

É realizado em uma única fase, com provas das disciplinas do núcleo comum do ensino médio ou equivalente, em forma de testes objetivos e uma redação.

### Matriz Curricular:

**Matriz curricular: Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial**

Fatec Santana de Parnaíba I					
1º Semestre <básico>	2º Semestre <organização>	3º Semestre <finanças>	4º Semestre <pessoas>	5º Semestre <marketing>	6º Semestre <estratégia>
Projeto Integrador PRIMT I (4)	Projeto Integrador PRIMT II (4)	Projeto Integrador PRIMT III (4)	Projeto Integrador PRIMT IV (4)	Projeto Integrador PRIMT V (4)	Projeto Integrador PRIMT VI (4)
Metodos p/ Produção do Conhecimento (2)	Sist. da Informação e Banco de Dados (2)	Sistemas da Informa- ção Financeira (2)	Sistemas da Informa- ção em RH (2)	Sistemas da Informa- ção Comercial (2)	Gestão Estratégica (4)
Estatística Básica (2)	Gestão de Processos (4)	Gestão Financeira e Orçamentária (4)	Gestão de Pessoas (4)	Gestão de Marketing (4)	Plano de Negócios (4)
Matemática Financeira Aplicada (4)	Contabilidade (2)	Análise e Demonstrações Contábeis (2)	Comunicação Interna e Endomarketing (2)	Publicidade e Propaganda (4)	Noções de Qualidade em Serviços (2)
Administração Geral (4)	Cadeia de Suprimentos (4)	Economia (4)	Técnicas de Negociação (2)	Promoção e Merchandising (2)	Empreendedorismo em Negócios (4)
Português I (2)	Português II (2)	Português III (2)	Liderança e Motivação (4)	Comportamento do Consumidor (2)	Direito Comercial e Tributário (2)
Espanhol I (2)	Espanhol II (2)	Espanhol III (2)	Responsabilidade Socioambiental (2)	Direito do Consumidor (2)	
Inglês I (2)	Inglês II (2)	Inglês III (2)	Inglês IV (2)	Inglês V (2)	Inglês VI (2)
Ativ. Acad.-Científico- Culturais (2)	Ativ. Acad.-Científico- Culturais (2)	Ativ. Acad.-Científico- Culturais (2)	Ativ. Acad.-Científico- Culturais (2)	Ativ. Acad.-Científico- Culturais (2)	Criatividade e Inovação (2)
Aulas: Semanais 24 Semestrais 480	Aulas: Semanais 24 Semestrais 480	Aulas: Semanais 24 Semestrais 480	Aulas: Semanais 24 Semestrais 480	Aulas: Semanais 24 Semestrais 480	Aulas: Semanais 24 Semestrais 480

estágio curricular: 240 horas, a partir do 4o. semestre - trabalho de graduação: 160 horas, a partir do 5o. Semestre

**DISTRIBUIÇÃO DAS AULAS POR EIXO FORMATIVO**

Disciplinas BÁSICAS	Aulas	%	Disciplinas PROFISSIONAIS	Aulas	%
Comunicação em Língua Portuguesa	120	4,2	Transversais	280	9,7
Comunicação em Língua estrangeira: Espanhol	120	4,2	Interdisciplinares	320	11,1
Comunicação em Língua estrangeira: Inglês	240	8,3	Sistemas de Informação aplicados	160	5,6
Matemática e Estatística	120	4,2	Integralizadoras	480	16,7
Administração e Economia	160	5,6	Específicas da tecnologia do curso	880	30,6
<b>TOTAL</b>	<b>760</b>	<b>26,4</b>	<b>TOTAL</b>	<b>2120</b>	<b>73,6</b>

**RESUMO DE CARGA HORÁRIA:**

2880 aulas → 2400 horas (atende ao CNCST, ao CEE-SP e às diretrizes do CEETEPS) +  
240 horas de Estágio Curricular + 160 horas do Trabalho de Graduação = 2800 Horas

	ATIVIDADE		DISTRIBUIÇÃO DA CARGA DIDÁTICA	
	Sigla	Denominação	Aulas Semanais	SEMESTRE Totais
1º semestre		AACC	2	40
		Prog. de Integ. Mul. em Tecnol.- PRIMT I	4	80
		Métodos p/Prod. do Conhecimento	2	40
		Estatística Básica	2	40
		Matemática Financeira Aplicada	4	80
		Administração Geral	4	80
		Português I	2	40
		Espanhol I	2	40
		Inglês I	2	40
	<b>Totais</b>	<b>24</b>	<b>480</b>	
2º semestre		AACC	2	40
		Prog. de Integ. M. em Tecnol.- PRIMT II	4	80
		Sistemas da Informação e B.D	2	40
		Gestão de Processos	4	80
		Cadeia de Suprimentos	4	80
		Contabilidade	2	40
		Português II	2	40
		Espanhol II	2	40
		Inglês II	2	40
	<b>Totais</b>	<b>24</b>	<b>480</b>	
3º semestre		AACC	2	40
		Prog. de Integ. M. em Tecnol.- PRIMT III	4	80
		Sistemas da Informação Financeira	2	40
		Gestão Financeira e Orçamentária	4	80
		Análise e Demonstrações Contábeis	2	40
		Economia	4	80
		Português III	2	40
		Espanhol III	2	40
		Inglês III	2	40
	<b>Totais</b>	<b>24</b>	<b>480</b>	
4º semestre		AACC	2	40
		Prog. de Integ. M. em Tecnol.- PRIMT IV	4	80
		Sistemas da Informação em RH	2	40
		Gestão de Pessoas	4	80
		Comunic. Interna e Endomarketing	2	40
		Técnicas de Negociação	2	40
		Liderança e Motivação	4	80
		Responsabilidade Socioambiental	2	40
		Inglês IV	2	40
	<b>Totais</b>	<b>24</b>	<b>480</b>	
5º semestre		AACC	2	40
		Prog. de Integ. M. em Tecnol.- PRIMT V	4	80
		Promoção e Merchandising	2	40
		Sistemas da Informação Comercial	2	40
		Gestão de Marketing	4	80
		Publicidade e Propaganda	4	80
		Comportamento do Consumidor	2	40
		Direito do Consumidor	2	40
		Inglês V	2	40
	<b>Totais</b>	<b>24</b>	<b>480</b>	
6º semestre		Prog. de Integ. Multidisciplinar em Tecnol.- PRIMT VI	4	80
		Noções de Qualidade em Serviços	2	40
		Gestão Estratégica	4	80
		Plano de Negócios	4	80
		Direito Comercial e Tributário	2	40
		Empreendedorismo em Negócios	4	80
		Criatividade e Inovação	2	40
		Inglês VI	2	40
	<b>Totais</b>	<b>24</b>	<b>480</b>	

## 2.1 EMENTÁRIO

### Ementas das Disciplinas por Área Ementas, Objetivos, Bibliografia Básica e Complementar.

#### COMUNICAÇÃO

##### Português I

**Objetivos:** Reconhecer as variações linguísticas relacionadas às situações de comunicação na área de gestão comercial; Comunicar-se com clareza; Dominar a norma culta da Língua Portuguesa; Dominar estratégias de leitura.

**Ementa:** A função social da linguagem. Níveis de linguagem. Variação linguística. Comunicação oral e escrita, verbal e não verbal. Leitura: conceito, estratégias e tipos. Noções de texto e discurso. Revisão gramatical aplicada ao texto.

**Bibliografia Básica:**

CINTRA; CUNHA. Nova Gramática do português Contemporâneo de acordo com a nova ortografia. Rio de Janeiro: Lexikon, 2009.

FIORIN, José Luiz; SAVIOLI, Francisco Platão. Lições de Texto: leitura e redação. São Paulo: Ática, 2003.

FÁVERO, Leonor Lopes. Coesão e coerência textuais. São Paulo: Ática, 1999.

**Bibliografia Complementar:**

CORACINI, M. J. Identidade e Discurso: desconstruindo subjetividades. Campinas / Chapecó: Editora da Unicamp, Argos, 2003.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Hollanda, Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa. Curitiba: Positivo, 2009.

KOCH, Ingedore Vilaça. A coesão textual. São Paulo: Contexto, 1991.

##### Português II

**Objetivos:** Comunicar-se com clareza; Reconhecer diversos gêneros textuais; Dominar estratégias de argumentação e de redação empresarial.

**Ementa:** Gêneros e Tipos Textuais. A construção do texto dissertativo. Estratégias de argumentação. Redação empresarial. Processos de sumarização de textos.

**Bibliografia Básica:**

GARCIA, Othon. Comunicação em Prosa Moderna. Rio de Janeiro: FGV, 1986.

CITELLI, Adilson. Linguagem e persuasão. 4. ed. São Paulo: Ática, 2004.

CEREJA, William Roberto; MAGALHÃES, Thereza Cochar. Gramática reflexiva: texto, semântica e interação. 6. ed. São Paulo: Atual, 1999.

**Bibliografia Complementar:**

BECHARA, Evanildo. Moderna Gramática Portuguesa - atualizada pelo novo acordo ortográfico. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

CINTRA; CUNHA. Nova Gramática do Português Contemporâneo de acordo com a nova ortografia. Rio de Janeiro: Lexikon, 2009.

FÁVERO, Leonor Lopes. Coesão e coerência textuais. 11. ed. São Paulo: Ática, 2006.

KOCH, Ingedore Vilaça. A coesão textual. 17. ed. São Paulo: Contexto, 2002.

SAUTCHUK, Inez. Perca o medo de escrever. São Paulo: Saraiva, 2011.

##### Português III

**Objetivos:** Utilizar com precisão, clareza, elegância e objetividade a norma culta da língua, tanto oral como escrita; Aprimorar o estilo próprio e a capacidade de interpretação dos mais variados tipos de texto, verbal e não verbal; Comunicar-se com desenvoltura; Dominar as técnicas redacionais; Posicionar-se de maneira crítica e responsável nos diversos segmentos empresariais.

**Ementa:** Teorias da comunicação; Linguagem, discurso e texto; Elementos de análise do discurso; a linguagem da propaganda; A construção do texto dissertativo e estratégias de argumentação. Comunicação não verbal. Revisão de gramática aplicada ao texto.

**Bibliografia Básica:**

BARROS, Diana Luz Pessoa de. Teoria semiótica do texto. 5.ed. São Paulo: Ática: 2011.  
BRANDÃO, Helena Nagamine. Introdução à análise do discurso. 5.ed. Campinas: Unicamp, 2010.  
DISCINI, Norma. A comunicação nos textos. São Paulo: Contexto, 2005.

**Bibliografia Complementar:**

CINTRA; CUNHA. Nova Gramática do Português Contemporâneo de acordo com a nova ortografia. Rio de Janeiro: Lexikon, 2009.

GARCIA, Othon. Comunicação em Prosa Moderna. 26.ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

MAINGUENEAU, D. Novas Tendências em análise do discurso. 3.ed. Campinas: Pontes/Unicamp, 1997.

SOARES, Magda Becker; CAMPOS, Edson Nascimento. Técnicas de Redação. Rio de Janeiro: Imperial Novo Milênio, 2004.

### **Espanhol I**

**Objetivos:** Interagir - de forma simples e breve - com as pessoas em situações cotidianas do ambiente de trabalho; produzir frases utilizadas em situações concretas e previstas.

**Ementa:** Estudo das estruturas linguísticas através das habilidades léxicas, fonológicas e sintáticas. Desenvolvimento da competência comunicativa em nível básico, atendendo às especificidades acadêmico-profissionais da área e abordando aspectos socioculturais da língua espanhola. Práticas de leitura e compreensão de textos específicos da área de atuação do profissional.

**Bibliografia Básica:**

GONZÁLEZ, Marisa. Socios 1: Curso de español orientado al mundo del trabajo. Libro del alumno (com CD-AUDIO). Nueva Edición. Madrid: Difusión, 2007.

JUAN, Olga. En Equipo.es 1: curso de español de los negocios. Libro del Alumno. Madrid: Edinumen, 2002.

ARAGÓN, Matilde Cerrolaza. Pasaporte. Nivel A1. Libro del alumno (com CD-AUDIO). Madrid: Edelsa, 2007.

**Bibliografia Complementar:**

Espanhol: dicionário de negócios. Português-Espanhol/Espanhol-Português. Brasil: SBS, 2001.

GONZÁLEZ HERMOSO, Alfredo. Conjugar es fácil. Madrid: Edelsa, 2000.

SEÑAS: diccionario para la enseñanza de la lengua española para brasileños. São Paulo: Ática, 2001.

MORENO, Concha, FERNÁNDEZ, Gretel Eres. Gramática contrastiva del español para Brasileños. Madrid: SGEL, 2007.

### **Espanhol II**

**Objetivos:** Interagir - de forma simples e breve - com as pessoas em situações cotidianas do ambiente de trabalho; produzir frases utilizadas em situações concretas e previstas.

**Ementa:** Aprimoramento do estudo das estruturas linguísticas por meio das habilidades léxicas, fonológicas e sintáticas. Aperfeiçoamento da competência comunicativa em nível básico, atendendo às especificidades acadêmico-profissionais da área e abordando aspectos socioculturais da língua espanhola. Práticas de leitura e interpretação de textos simples e breves da área de atuação do profissional.

**Bibliografia Básica:**

GONZÁLEZ, Marisa. Socios 1: Curso de español orientado al mundo del trabajo. Libro del alumno (com CD-AUDIO). Nueva Edición. Madrid: Difusión, 2007.

JUAN, Olga. En Equipo.es 1: curso de español de los negocios. Libro del Alumno. Madrid: Edinumen, 2002.

ARAGÓN, Matilde Cerrolaza. Pasaporte. Nivel A1. Libro del alumno (com CD-AUDIO). Madrid: Edelsa, 2007.

**Bibliografia Complementar:**

Espanhol: dicionário de negócios. Português-Espanhol/Espanhol-Português. Brasil: SBS, 2001.

GONZÁLEZ HERMOSO, Alfredo. Conjugar es fácil. Madrid: Edelsa, 2000.

SEÑAS: diccionario para la enseñanza de la lengua española para brasileños. São Paulo: Ática, 2001.

MORENO, Concha, FERNÁNDEZ, Gretel Eres. Gramática contrastiva del español para Brasileños. Madrid: SGEL, 2007.

### **Espanhol III**

**Objetivos:** Estabelecer tramitações simples em estabelecimentos comerciais; transmitir informações básicas sobre ações cotidianas; descrever – de forma breve – aspectos habituais do ambiente de trabalho; descrever situações passadas.

**Ementa:** Desenvolvimento da competência comunicativa em nível intermediário, atendendo às especificidades acadêmico-profissionais da área e abordando aspectos socioculturais da língua espanhola.

Capacidade de compreender e expressar-se de forma simples - em uma negociação. Produção de textos simples e breves da área de atuação do profissional.

**Bibliografia Básica:**

GONZÁLEZ, Marisa. Socios 1: Curso de español orientado al mundo del trabajo. Libro del alumno (com CD-AUDIO). Nueva Edición. Madrid: Difusión, 2007.

JUAN, Olga. En Equipo.es 2: curso de español de los negocios. Libro del Alumno. Madrid: Edinumen, 2007.

ARAGÓN, Matilde Cerrolaza. Pasaporte. Nivel A2. Libro del alumno (com CD-AUDIO). Madrid: Edelsa, 2007.

**Bibliografia Complementar:**

Espanhol: dicionário de negócios. Português-Espanhol/Espanhol-Português. Brasil: SBS, 2001.

GONZÁLEZ HERMOSO, Alfredo. Conjugar es fácil. Madrid: Edelsa, 2000.

MORENO, Concha, FERNÁNDEZ, Gretel Eres. Gramática contrastiva del español para Brasileños. Madrid: SGEL, 2007.

SANTILLANA: dicionário para estudantes: Espanhol Português/ Português-Espanhol com CD-ROM. São Paulo: Moderna/Santillana, 2003.

SEÑAS: diccionario para la enseñanza de la lengua española para brasileños. São Paulo: Ática, 2001.

MATTE BON, Francisco. Gramática comunicativa del español (tomos I y II). Madrid: Edelsa, 2000.

### Inglês I

**Objetivos:** Compreender instruções, informações, avisos, textos curtos e descrições de produtos. Apresentar-se, fornecendo informações pessoais, cotidianas e corporativas. Descrever locais e pessoas. Preencher formulários com informações pessoais e profissionais. Dar e anotar recados. Utilizar números em contextos diversos para anotações de horários, datas e locais. Entender diferenças básicas de pronúncia.

**Ementa:** Introdução às habilidades de compreensão e produção oral e escrita por meio de funções sociais e estruturas simples da língua. Ênfase na oralidade, atendendo às especificidades acadêmico-profissionais da área e abordando aspectos socioculturais da língua inglesa.

**Bibliografia Básica:**

IBBOTSON, M; STEPHENS, B. Business Start-up. Cambridge: Cambridge University Press, 2011.

LONGMAN. Dicionário Oxford Escolar para Estudantes Brasileiros. Português-Inglês/Inglês-Português com CD-Rom. 2. ed. Atualizado com as novas regras de Ortografia. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2008.

**Bibliografia Complementar:**

HUGES, John et.al. Business Result: Elementary Student Book Pack. Oxford, New York: Oxford University Press, 2009.

RICHARDS, Jack C. Interchange: Student's Book Intro. 3.ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.

MURPHY, Raymond. Essential Grammar in Use CD-Rom with answers. 3.ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2007.

POSITIVO INFORMÁTICA. Tell me More - Nível Básico. Curitiba: Positivo, 2007.

### Inglês II

**Objetivos:** Comunicar-se utilizando frases simples em contextos pessoais e profissionais. Pedir e dar permissão. Falar sobre o trabalho. Fazer comparações. Falar sobre eventos passados. Atender a uma ligação telefônica e anotar recado. Compreender gráficos e tabelas. Redigir correspondências rotineiras. Extrair informações de textos técnicos específicos da área. Entender diferenças básicas de pronúncia.

**Ementa:** Consolidação da compreensão e produção oral e escrita com a utilização de funções sociais e estruturas simples da língua desenvolvidas na disciplina Inglês I. Ênfase na oralidade, atendendo às especificidades acadêmico-profissionais da área e abordando aspectos socioculturais da língua inglesa.

**Bibliografia Básica:**

IBBOTSON, M; STEPHENS, B. Business Startup. Cambridge: Cambridge University Press, 2011.

**Bibliografia Complementar:**

OXENDEN, Clive et.al. American English File: Student's Book Starter. New York: Oxford University Press, 2008.

GODOY, Sonia M. Baccari; GONTOW, Cris; MARCELINO, Marcello. English Pronunciation for Brazilians. São Paulo: Disal, 2006.

DUCKWORTH, Michael. Essential Business grammar & Practice - English Level: Elementary to Pre-Intermediate. New Edition. Oxford, UK: Oxford University Press, 2007.

SAWAYA, Márcia Regina. Dicionário de informática & internet inglês-português. São Paulo: Nobel/Fatec, 1999.

### Inglês III

**Objetivos:** Participar de discussões em contextos sociais e empresariais usando linguagem apropriada de polidez e formalidade. Expressar opiniões e necessidades. Fazer solicitações. Descrever habilidades, responsabilidades e experiências profissionais. Usar números para descrever preços, dados e gráficos. Compreender informações de manuais, relatórios e textos técnicos específicos da área. Redigir cartas e e-mails comerciais simples. Aperfeiçoar a entoação e o uso dos diferentes fonemas da língua.

**Ementa:** Expansão da compreensão e produção oral e escrita com a utilização de funções sociais e estruturas básicas da língua. Ênfase na oralidade, atendendo às especificidades acadêmico-profissionais da área e abordando aspectos socioculturais da língua inglesa.

**Bibliografia Básica:**

IBBOTSON, M; STEPHENS, B. Business Start-up. Cambridge: Cambridge University Press, 2011.

OXFORD. Oxford Business English Dictionary with CD-Rom. Seventh Edition. Oxford, UK: Oxford University Press, 2007.

**Bibliografia Complementar:**

HUGES, John et al. Business Result Business Result: Pre-Intermediate Student Book Pack. New York: Oxford University Press, 2009.

RICHARDS, Jack C. Interchange: Student's Book 1. 3.ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.

MURPHY, Raymond. Essential Grammar in Use CD-Rom with answers. 3.ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2007.

POSITIVO INFORMÁTICA. Tell me More - Nível Intermediário. Curitiba: Positivo, 2007.

### Inglês IV

**Objetivos:** Participar de discussões e negociações em contextos sociais e empresariais, destacando vantagens, desvantagens e necessidades. Preparar-se para participar de entrevistas de emprego presenciais e por telefone. Compreender informações de manuais, relatórios e textos técnicos específicos da área. Redigir cartas e e-mails comerciais, relatórios e currículos. Aperfeiçoar a entoação e o uso dos diferentes fonemas da língua.

**Ementa:** Consolidação da compreensão e produção oral e escrita com a utilização de funções sociais e estruturas básicas da língua desenvolvidas na disciplina Inglês III. Ênfase na oralidade, atendendo às especificidades acadêmico-profissionais da área e abordando aspectos socioculturais da língua inglesa.

**Bibliografia Básica:**

GRANT, David; HUDSON, Jane. Business Result. Oxford University Press, 2009.

**Bibliografia Complementar:**

OXENDEN, Clive et al. American English File: Student's Book 1. New York: Oxford University Press, 2008.

IBBOTSON, Mark et al. Business Start-up 2 Student's Book. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.

DUCKWORTH, Michael. Essential Business Grammar & Practice. - English level: Intermediate to Upper-Intermediate. New Edition. Oxford, UK: Oxford University Press, 2007.

OXFORD. Oxford Advanced Learner's Dictionary with CD-Rom. Seventh Edition. Oxford, UK: Oxford University Press, 2007.

### Inglês V

**Objetivos:** Fazer uso das habilidades linguístico-comunicativas com maior espontaneidade e confiança. Fazer uso de estratégias argumentativas. Acompanhar reuniões e apresentações orais simples e tomar nota de informações. Redigir correspondência comercial em geral. Compreender informações em artigos acadêmicos e textos técnicos específicos da área. Aperfeiçoar a entoação e o uso dos diferentes fonemas da língua, de forma a garantir a inteligibilidade nos contatos em ambiente profissional, tanto pessoalmente quanto ao telefone.

**Ementa:** Aprofundamento da compreensão e produção oral e escrita com a utilização de funções sociais e estruturas mais complexas da língua. Ênfase escrita e na oralidade, atendendo às especificidades acadêmico-profissionais da área e abordando aspectos socioculturais da língua inglesa.

**Bibliografia Básica:**

GRANT, David; HUDSON, Jane. Business Result. Oxford University Press, 2009.

**Bibliografia Complementar:**



HUGES, John et al. Business Result: Advanced Student Book Pack. New York: Oxford University Press, 2009.  
RICHARDS, Jack C. Interchange: Student's Book 2. Third Edition. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.  
CAMBRIDGE. Cambridge Advanced Learner's Dictionary with CD-Rom. Third Edition. Cambridge: Cambridge University Press, 2007.  
POSITIVO INFORMÁTICA. Tell Me More – Nível Avançado. Curitiba, 2007.

### Inglês VI

**Objetivos:** Fazer uso das habilidades linguístico-comunicativas com mais autonomia, eficiência e postura crítico-reflexiva. Aperfeiçoar as estratégias argumentativas, participar de reuniões e apresentações orais simples. Interagir em contextos de socialização e entretenimento. Redigir textos técnicos e acadêmicos. Compreender informações em artigos acadêmicos e textos técnicos específicos da área. Aperfeiçoar a entoação e o uso dos diferentes fonemas da língua, de forma a garantir a inteligibilidade e a fluência nos contatos em ambiente profissional, tanto pessoalmente quanto ao telefone.

**Ementa:** Aprimoramento da compreensão e produção oral e escrita por meio de funções sociais e estruturas mais complexas da língua desenvolvidas na disciplina Inglês V. Ênfase na oralidade, atendendo às especificidades acadêmico-profissionais da área e abordando aspectos socioculturais da língua inglesa.

**Bibliografia Básica:**

GRANT, David; HUDSON, Jane. Business Result. Oxford University Press, 2009.

**Bibliografia Complementar:**

OXENDEN, Clive et al. American English File: Student's Book 2. New York, NY: Oxford University Press, 2008.

RICHARDS, Jack C. Interchange: Student's Book 3. Third Edition. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.

MURPHY, Raymond. Advanced Grammar in Use CD-Rom with answers. 3.ed. Cambridge, 2007.

POSITIVO INFORMÁTICA. Tell Me More – Business. Curitiba: Positivo, 2007.

### Sistemas da Informação

#### Sistemas da Informação e Banco de Dados

**Objetivos:** Evolução dos Bancos de Dados; Objetivo do Banco de Dados; Arquitetura de Sistemas de Informação e aplicações de Bancos de Dados nos níveis organizacionais; Modelagem de dados: conceitual, lógica e física; Sistemas de Gerenciamento de Banco de Dados (SGBD): Aplicações para Automação de Processos Empresariais. Projeto de automação de processo administrativo com utilização de banco de dados.

**Ementa:** Utilizar Banco de Dados para aplicações de automação de escritórios para a atividade profissional nas organizações.

**Bibliografia Básica:**

LAMBERT, S, PREPPERNAU, J e LAMBERT III, M. Dow. Microsoft Office Access 2007. Porto Alegre: Bookman, 2008.

LEITE, Mario. Acessando banco de dados. Rio de Janeiro: Brasport, 2007.

OPPEL, Andy. Banco de dados desmistificado. Rio de Janeiro: Alta Books, 2004.

**Bibliografia Complementar:**

MORAZ, Eduardo. Crie Bancos de Dados com o Access. São Paulo: Digerati, 2006.

#### Sistemas da Informação Financeiros

**Objetivos:** Conhecer sistemas de informações específicos de Finanças e sua importância para o processo de decisão para a gestão da Administração Financeira.

**Ementa:** Sistemas da Informação Financeiros; Informações operacionais, gerenciais e estratégicas em finanças; Modelo de dados de sistemas financeiros (Contas a pagar, contas a receber, fluxo de caixa, contabilidade geral e de custos, aplicações financeiras, bancos); Extração de informações e tomada de decisão; Simulações de sistemas Financeiros.

**Bibliografia Básica:**

BRUNI, A L; PAIXAO, R B. Excel Aplicado à Gestão Empresarial. São Paulo: Atlas, 2008.

LEITE, Mario. Acessando banco de dados. Rio de Janeiro: Brasport, 2007.

**Bibliografia Complementar:**

O'BRIEN, James A. Sistemas de informação e as decisões gerenciais na área da internet. 3.ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

LAUDON, Kenneth C. Sistemas de Informação. 4.ed. Rio de Janeiro: LTC, 2002.

STARIR, Ralph M. Princípios de Sistemas de Informações. 4.ed. Rio de Janeiro: LTC, 2002

**Sistemas da Informação em Recursos Humanos**

**Objetivos:** Conhecer sistemas da informação específicos de RH e sua importância no processo de decisão para a gestão da Administração de RH.

**Ementa:** Sistemas da Informação em Recursos Humanos; Informações operacionais, gerenciais e estratégicas em RH; Modelo de dados de sistemas de RH (Recrutamento e Seleção, Remuneração, treinamento, Cargos e Salários, Benefícios); Extração de informações e tomada de decisão; Simulações de sistemas de RH.

**Bibliografia Básica:**

LEITE, Mario. Acessando banco de dados. Rio de Janeiro: Brasport, 2007.

BRUNI, A L; PAIXAO, R B. Excel Aplicado à Gestão Empresarial. São Paulo: Atlas, 2008.

**Bibliografia Complementar:**

VIEIRA, Anderson da Silva. Excel 2010 - Guia Prático e Visual. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011. MANZANO;

José Augusto N.G; MANZANO, André Luiz N.G. Estudo dirigido de Microsoft Office Excel 2010 - avançado.

São Paulo: Érica, 2010.

**Sistemas da Informação Comercial**

**Objetivos:** Conhecer sistemas da informação específicos de Marketing e sua importância no processo de decisão para a gestão da Administração de Marketing.

**Ementa:** Sistemas da Informação Comerciais; Informações operacionais, gerenciais e estratégicas em Marketing; Modelo de dados de sistemas de E-Marketing (propaganda, vendas, faturamento, gestão de clientes); Extração de informações para tomada de decisão; Simulações de sistemas de Marketing.

**Bibliografia Básica:**

LAUDON, Kenneth; LAUDON, Jane. Sistemas de Informações Gerenciais. 7. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

O'Brien, James A. Sistemas de informação e as decisões gerenciais na área da internet. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

STAIR, Ralph M.; REYNOLDS, George W. Princípios de Sistemas de Informação. 4. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2002.

**Bibliografia Complementar:**

BROWN, Stanley A. CRM – Customer Relationship Management. São Paulo: Makron Books, 2001.

CARDOSO, Mário Sérgio. CRM em ambiente e-business: como se relacionar com clientes, aplicando novos recursos na Web. São Paulo: Atlas, 2001

ETZEL, Michael J. Marketing. São Paulo: Makron Books, 2001.

KOTLER, Philip. Administração de marketing. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

YANAZE, Mitsuru Higuchi. Gestão de Marketing: avanços e aplicações. São Paulo: Saraiva, 2006.

**BÁSICAS**

**Administração Geral**

**Objetivos:** Conhecer as organizações, seus sistemas, processos, recursos, métodos de gestão, aspectos técnicos, humanos e sociais que interagem entre si.

**Ementa:** O estudo da administração: natureza, conteúdo e objetivo. Fundamentos, Princípios e Importância da Administração. Evolução histórica da Administração: conceitos e métodos. Funções Administrativas: planejamento, organização, direção, controle. Subsistemas Organizacionais: recursos humanos, materiais, finanças, marketing. Ambiente Organizacional: pessoas, cultura, mudanças, processo decisório. Administração e os sistemas sociais, políticos e econômicos. Assuntos atuais sobre administração. Novas tendências.

**Bibliografia Básica:**

BARNEY, J. B.; HESTERLY, W. S. Administração estratégica e vantagem competitiva. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

MAXIMIANO, A. C. A. Introdução à administração. São Paulo: Atlas, 2004.

CHIAVENATO, I. Administração: teoria, processo e prática. Rio de Janeiro: Campus, 2006.

**Bibliografia Complementar:**

CRAINER, Stuart. Os revolucionários da Administração. São Paulo: Negócio, 1999.

ROBBINS, S. P. Administração: mudanças e perspectivas. São Paulo: Saraiva, 2005.

FAJARDO, E; COELHO, C U F; FEIJO, A. Práticas Administrativas em Escritório. São Paulo: Senac Nacional, 2007.

### Matemática Financeira Aplicada

**Objetivos:** Compreender a utilização da matemática financeira no desenvolvimento da atividade profissional.

**Ementa:** Juros Simples. Juros Compostos. Descontos (simples e comercial). Taxas de Juros. Série Uniforme de Pagamentos (Rendas). Séries Perpétuas. Amortização de Empréstimos. Fluxo de Caixa. Anuidades ou Séries de Pagamentos. Sistemas de Amortização (Price, SAC e SAM). Operação de softwares e calculadoras para as operações de capitalização e desconto.

**Bibliografia Básica:**

ASSAF NETO, A., Matemática Financeira e suas Aplicações. São Paulo: Atlas. 2008.

IEZZI, Gelson; HAZZAN, Samuel; DEGENSZAJN, David. Fundamentos de matemática elementar. São Paulo: Atual, 2004. 11 v.

VIEIRA SOBRINHO, José Dutra. Matemática financeira. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

**Bibliografia Complementar:**

BIANCHINI, E.; PACCOLA, H. Matemática. São Paulo: Moderna, 2004.

MUROLO, Afrânio. Matemática aplicada a Administração, Economia e Contabilidade. 2.ed. São Paulo: Thomson Pioneira, 2011.

PUCCINI, Abelardo de Lima. Matemática financeira: Objetiva e Aplicada. 7.ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

SILVA, Sebastião Medeiros. Matemática básica para cursos superiores. São Paulo: Atlas, 2006.

### Estatística Básica

**Objetivos:** Identificar as situações nas quais os métodos de análise estatística poderiam ser aplicados com propriedade aos dados de cunho computacional.

**Ementa:** Introdução geral à Estatística; elementos do cálculo de probabilidade; Probabilidade: conceito e teoremas fundamentais. Variáveis Aleatórias. Distribuições de Probabilidade. Elementos de estatística descritiva; Noções de Amostragem. Inferência Estatística: Regressão linear simples. Correlação.

**Bibliografia Básica:**

DOANE, D P; SEWARD, L E. Estatística Aplicada à Administração e à Economia. Porto Alegre: Mcgraw-Hill, 2008.

KAZMIER, Leonard J. Estatística Aplicada à Administração e Economia. Porto Alegre: Artmed, 2007.

LAPPONI, J. C. Estatística usando Excel. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

**Bibliografia Complementar:**

SMAILES, Joanne. Estatística Aplicada a Administração com Excel. São Paulo: Atlas, 2002.

SWEENEY, D; WILLIAMS, T A; ANDERSON, D R. Estatística Aplicada à Administração e Economia. São Paulo: Thomson Pioneira, 2007.

### Economia

**Objetivos:** Desenvolver uma visão global da Economia por meio de conhecimentos básicos que permitam uma compreensão das atividades econômicas nacionais e internacionais.

**Ementa:** Introdução à economia e ao pensamento econômico. Conceitos básicos. Noções de Microeconomia. Funcionamento do mercado. Estruturas de mercado. Macroeconomia básica. Atividade econômica, teoria da determinação da renda e do produto nacional. Introdução à teoria monetária e inflação. Balanços de pagamentos e taxas de câmbio. Sistema Monetário, Bancos Comerciais e Banco Central, Integração do Sistema Econômico.

**Bibliografia Básica:**

MANKIW, N. G. Macroeconomia. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

YONEYAMA, T.; CABRAL, A. S. Microeconomia: uma visão integrada para empreendedores. São Paulo: Saraiva, 2008.

RUBINFELD, D. L.; PINDYCK, R. S.; Microeconomia. São Paulo: Prentice Hall Brasil, 2005.

**Bibliografia Complementar:**

GREMAUD, A. P.; VASCONCELOS, M. A. S.; TONETO JÚNIOR, R. Economia Brasileira Contemporânea. São Paulo: Atlas, 2009.

PINHO, D. B.; VASCONCELOS, M. A. S. Manual de introdução à economia. São Paulo: Saraiva, 2008.

VASCONCELLOS, M. A. S.; GARCIA, M. E. Fundamentos de economia. São Paulo: Saraiva, 2009.

## **GESTÃO**

### **Cadeia de Suprimentos**

**Objetivos:** Compreender as principais práticas na gestão da logística de abastecimento, logística de planta e logística de distribuição, seus controles, recursos e ações que contribuam de forma eficiente para o alcance dos objetivos da organização.

**Ementa:** A evolução dos conceitos de logística e Supply Chain Management; Visão sistêmica da cadeia logística; Conceito de “trade-off” logístico; Gestão do Custo Logístico; Tendências da Cadeia de Abastecimento (Supply Chain); Canais de distribuição; Armazéns e Centros de Distribuição. Introdução à administração de materiais; Sistema de Gestão de Estoque; Gerenciando os Estoques; Recursos Patrimoniais; Relacionamentos em redes Verticais e Horizontais.

**Bibliografia Básica:**

CORREA, M. Gestão da Rede de Suprimentos. São Paulo: Saraiva, 2011.

DIAS, Marco Aurélio Pereira. Administração de materiais: princípios conceitos e gestão. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2005.

MARTINS, Petrônio Garcia; CAMPOS, Paulo Renato Alt. Administração de materiais e recursos patrimoniais. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

**Bibliografia Complementar:**

LAMBERT, D.M.. Supply Chain Management: process partnerships, performance. Supply Chain Management Institute, 2004.

SIMCHI-LEVI, D., KAMINSKY, P., SIMCHI-LEVY, E.. Cadeia de Suprimentos: Projeto e Gestão. Porto Alegre: Bookman, 2003.

PIRES, Silvio. Gestão da Cadeia de Suprimentos. São Paulo: Atlas, 2004.

### **Gestão de Processos**

**Objetivos:** Desenvolver a capacidade analítica e prescritiva e compreender na prática a utilidade e aplicabilidade dos instrumentos de sistematização de processos no âmbito da automação do escritório.

**Ementa:** Mudanças organizacionais; Orientação a Processos; Gestão de Processos; Planejamento dos Processos: Mapeamento; Normas e Procedimentos; Registros da Qualidade; Infraestrutura de Suporte; Indicadores. Técnicas de levantamento de dados: instrumento de levantamento de informações e análise organizacional. Racionalização: métodos e ferramentas de gestão. Padronização.

**Bibliografia Básica:**

ARAUJO, L. Organização, Sistemas e Métodos e as modernas ferramentas de gestão org. Atlas, 2008.

SORDI, J O. Gestão por Processos. Saraiva, 2008.

OLIVEIRA, D P R. Administração de Processos. Atlas, 2007.

**Bibliografia Complementar:**

BARBARÁ, S. Gestão por processos Fundamentos, Técnicas e Modelos de Implementação. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2008.

MAURITI. O Processo Nosso De Cada Dia. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

Reboucas de Oliveira, Djalma de Pinho. Administração de Processos. São Paulo: Atlas, 2005.

### **Gestão Financeira e Orçamentária**

**Objetivos:** Entender os conceitos de finanças e permitir a interpretação do desempenho financeiro do Negócio. Elaborar orçamentos. Compreender técnicas econômicas e financeiras para análise e seleção de projetos de investimentos.

**Ementa:** Fundamentos da Gestão Financeira; Técnicas de planejamento financeiro; Análise do ponto de equilíbrio das operações e alavancagem; Administração de ativos permanentes e investimento de capital;

Fundamentos de investimento de capitais; Projeção do fluxo de caixa e do valor residual; Técnicas de avaliação de investimentos: payback, retorno contábil, VPL, TIR, IL. Fundamentos da engenharia econômica.

**Bibliografia Básica:**

ASSAF, A. ; LIMA, G. G. Curso de Administração Financeira. São Paulo: Atlas, 2009.

GITMAN, L J. Princípios da administração financeira, 12.ed. São Paulo: Pearson, 2009.

MEGLIORINI, E; VALLIM, M A. Administração financeira: uma abordagem brasileira. São Paulo: Pearson, 2009.

**Bibliografia Complementar:**

HOJI, M. Administração Financeira e Orçamentária. São Paulo: Atlas, 2009.

JORDAN, B; ROSS, S A; WESTERFIELD, R. W. Administração Financeira. Porto Alegre: Mcgraw-Hill Brasil, 2008.

JUND, SERGIO. AFO - Administração Financeira e Orçamentária. Rio de Janeiro: Campus, 2009.

SAMANEZ, Carlos Patrício. Engenharia Econômica. São Paulo: Pearson, 2009.

TOSTES, Fernando P. Gestão de risco de mercado: metodologia financeira e contábil. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

### Contabilidade

**Objetivos:** Compreender a contabilidade como instrumento de análise, avaliação e controle das operações econômico-financeiras.

**Ementa:** Conceitos de contabilidade. Ativo. Passivo. Receitas. Custos. Despesas; Patrimônio; Principais Operações Contábeis; Demonstrações contábeis. Relatórios Contábeis. Demonstrações financeiras.

**Bibliografia Básica:**

CRUZ; ANDRICH e SCHIER. Contabilidade Introdutória - Descomplicada. Curitiba: Juruá, 2008.

EQUIPE DE PROFESSORES DA FEA/USP. Contabilidade introdutória - Texto. 11.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

\_\_\_\_\_. Contabilidade introdutória - Livro de Exercícios. 11.ed. São Paulo: Atlas, 2011.

**Bibliografia Complementar:**

MARION, José Carlos. Contabilidade Básica. São Paulo: Atlas, 2004.

### Gestão de Pessoas

**Objetivos:** Discutir o contexto histórico da administração de Recursos Humanos e desenvolver habilidades de comunicação e relações humanas no ambiente de trabalho em diferentes realidades organizacionais.

**Ementa:** A empresa como sistema humano e seu ambiente. Integração indivíduo e empresa. Política, objetivos e visão sistêmica da administração de recursos humanos. Gestão de competências. Os desafios da gestão de pessoas em empreendimentos. Administração de conflitos, formação e gerenciamento de equipes.

**Bibliografia Básica:**

GODOY, A. S. et al. Gestão do fator humano: uma visão baseada em stakeholders. Darcy Mitiko Mori Hanashiro, Maria Luisa Mendes Teixeira e Laura Menegon Zaccarelli (orgs.). 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

IVANCEVICH, J. M. Gestão de Recursos Humanos. Porto Alegre: Mcgraw-Hill Brasil, 2008.

CHIAVENATO, I. Gestão de pessoas: uma nova vantagem competitiva. Rio de Janeiro: Elsevier-Campus, 2008.

**Bibliografia Complementar:**

ANDRADE, D F. Recursos Humanos - Gestão de Pessoas. Santa Cruz do Rio Pardo: Viena, 2008.

CHIAVENATO, I. Administração de Recursos Humanos. Barueri: Manole, 2008.

\_\_\_\_\_. Planejamento, Recrutamento e Seleção Pessoal. Barueri: Manole, 2008

\_\_\_\_\_. Treinamento e Desenvolvimento de Recursos Humanos. Barueri: Manole, 2008.

LACOMBE, F. J. M. Recursos humanos: princípios e tendências. São Paulo: Saraiva, 2005.

MASCARENHAS, A. O. Gestão estratégica de pessoas: evolução, teoria e crítica. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

### Comunicação Interna e Endomarketing

**Objetivos:** Desenvolver um acervo de conhecimento sobre o Endomarketing, seus conceitos, princípios e práticas nas organizações mais modernas.

**Ementa:** Visão Geral do Endomarketing e seu programa de Implantação; Pesquisa de Clima Organizacional; Canais de comunicação interna; Avaliação do programa de Endomarketing; Cultura de Serviços e Estrutura Organizacional; Perspectivas do Endomarketing.

#### **Bibliografia Básica:**

BEKIN, Saul F. Endomarketing: Como praticá-lo com sucesso. São Paulo: Prentice Hall, 2004.  
Brum, Analisa de Medeiros, Endomarketing, Porto Alegre: L&PM, 2002.

—. Um olhar sobre o marketing interno. Porto Alegre: L&PM, 2000.

#### **Bibliografia Complementar:**

BRUM, Analisa de Medeiros. Endomarketing de A a Z. São Paulo: Integreare, 2010.

MELLO, Rachel. Mapa da comunicação brasileira. Brasília: FSB Comunicações, 2011.

### **Técnicas de Negociação**

**Objetivos:** Entender as práticas de negociação em seus mais variados aspectos e situações, destacando as técnicas, princípios, estilos e perfis psicológicos comumente identificados nos processos de negociação.

**Ementa:** Conceitos de negociação; Relacionamento interpessoal; Conceito de poder; Estratégias e táticas de negociação; Preparação para a negociação; Autoavaliação, Legitimidade; Fechamento do acordo.

#### **Bibliografia Básica:**

LEMPEREUR, Alain Pekar; COLSON, AURÉLIEN e DUZERT; YANN. Método de negociação. São Paulo: Atlas, 2009.

PESSOA, Carlos. Negociação Aplicada: Como Utilizar as Táticas e Estratégias para Transformar Conflitos Interpessoais em Relacionamentos Cooperativos. São Paulo: Atlas, 2008.

CLEGG, Braian. Negociação - Como Conseguir Acordos com as Pessoas. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

#### **Bibliografia Complementar:**

DUZERT, Yann (org.). Manual de negociações complexas. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

FISHER, Roger; URY, William; PATTON, Bruce. Como chegar ao sim: a negociação de acordos sem concessões. 2. ed. Rio de Janeiro: Imago, 2005.

WERNECK, Hamilton. O profissional do século XXI. 2. ed. Rio de Janeiro: Record, 2005.

### **Gestão de Marketing**

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

**Ementa:** Conceito de Marketing; Ambiente e Sistema de Marketing; Mercado de Bens e Consumo; Mensuração e Previsão de Demanda; Segmentação de Mercado; Pesquisa mercadológica. Análise de produtos e mercados; Administração de composto de produto e planejamento do mercado; Conquista de mercados; Satisfação do consumidor: agregando valor.

#### **Bibliografia Básica:**

ARMSTRONG, G e KOTLER, P. Princípios de Marketing. São Paulo: Prentice Hall Brasil, 2007.

ROCHA, Telma et al. Fundamentos de Marketing: Conceitos Clássicos - vol. 1. São Paulo: Saraiva, 2006.

FGV. (Equipe). Gestão de Marketing. São Paulo: Saraiva, 2002.

#### **Bibliografia Complementar:**

M. C. e MANDETTA, R. Fundamentos do marketing. Campinas: Átomo & Alínea, 2003.

OLIVEIRA, Braulio (org). Gestão de Marketing. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012

BASTA, Darci. Fundamentos de Marketing. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

### **Publicidade e Propaganda**

**Objetivos:** Dominar conceitos, ferramentas, técnicas e processos para compreender e praticar ações de formulação, estratégia e planejamento de publicidade e propaganda.

**Ementa:** Conceitos gerais de publicidade e propaganda; Planejamento de propaganda; Criação; Mídia; Marketing direto; Setores distintos dentro da propaganda.

#### **Bibliografia Básica:**

BARBOSA, Ivan Santo (org.). Os sentidos da publicidade: estudos interdisciplinares. São Paulo: Thompson Learning, 2005.

SANT'ANNA, Armando. Propaganda: teoria, técnica e prática. 7.ed. São Paulo: Pioneira, 2002.

PÚBLIO, Marcelo Abílio. Como planejar e executar uma campanha de propaganda. São Paulo: Atlas, 2008.

#### **Bibliografia Complementar:**

COSTA, Rogério da. A cultura digital. São Paulo: Publifolha, 2002.

MAIA, Rousiley e CASTRO, M. Ceres P. Spínola (orgs.). Mídia, esfera pública e identidades coletivas. Belo Horizonte: UFMG, 2006.

PEREZ, Clotilde e BARBOSA, Ivan Santo. Hiperpublicidade: fundamentos e interfaces – vols. 1 e 2. São Paulo: Cengage Learning, 2005.

VILLAÇA, Nizia. Edições do corpo: tecnociência, artes e moda São Paulo: Estação das Letras, 2007.

### Promoção e Merchandising

**Objetivos:** Conhecer diferentes práticas de promoção e merchandising a partir de aspectos conceituais e técnicos, que compreendem a gestão comercial.

**Ementa:** Noção de Promoção; Noção de Merchandising; conceito de produto, marca e serviço; Vitrinismo; Exposição do produto; Compra por Impulso; Consumo; Programação e organização de eventos comerciais; Design Gráfico; Ponto de venda; Decoração de Stands e Show Room; Estratégias e organização de campanhas de promoção visual; Exibitécnica x expotécnica; espaço público e privado; Tratamento dos espaços comerciais interiores.

**Bibliografia Básica:**

BLESSA, Regina. Merchandising no ponto-de-venda. São Paulo: Atlas, 2006.

DEMETRESCO, Sylvia. Vitrina - construção de encenações. 4.ed. São Paulo: Senac, 2007.

LOURENÇO, Fátima; SAM, José de Oliveira. Vitrina – veículo de comunicação e venda. São Paulo: Editora Senac, 2011.

**Bibliografia Complementar:**

AUMONT, Jaques. A Imagem. Trad. Estela dos Santos Abreu e Cláudio C. Santoro. 2.ed. Campinas-SP, Papyrus, 1995.

BARTHES, Roland. A câmara clara: nota sobre a fotografia. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

CASTRO, Luciano Thomé; NEVES, Marcos Fava. Administração de vendas: Planejamento, Estratégia e Gestão. São Paulo: Atlas, 2005.

PRECIOSA, Rosane. Produção estética – notas sobre roupas, sujeitos e modos de vida. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.

SEMPRINI, Andréa. A marca pós-moderna – poder e fragilidade da marca na sociedade pós-moderna. São Paulo: Estação das Letras, 2006.

### Plano de Negócios

**Objetivos:** Dominar conceitos, ferramentas, técnicas e processos para conduzir a formulação estratégica e o planejamento estratégico em empresas (plano de negócios).

**Ementa:** Motivações para a Estratégia Empresarial, Diagnóstico Estratégico, Análise Estratégica: Ambiente interno (Instrumento de análise, exemplo: Matriz SWOT); Políticas Empresariais, Processo de Planejamento Estratégico, Formulação e Elaboração do plano de negócios.

**Bibliografia Básica:**

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

SALIM, Cesar Simões et. al. Construindo planos de negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

LENZI, Fernando César. A nova geração de empreendedores: guia para elaboração de um plano de negócios. São Paulo: Atlas, 2009.

**Bibliografia Complementar:**

CERTO, Samuel C. Administração estratégica: planejamento e implantação da estratégia. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

DOLABELA, F. O segredo de Luísa. São Paulo: Cultura, 2006.

BIZZOTO, Carlos Eduardo Negrão. Planos de negócios para empreendimentos inovadores. São Paulo: Atlas, 2008.

BERNARDI, Luiz Antônio. Manual de plano de negócios. São Paulo: Atlas, 2006.

OLIVEIRA, Djalma P. R. Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas. São Paulo: Atlas, 2005.

### Gestão Estratégica

**Objetivos:** Desenvolver uma visão integrada dos fatores estratégicos com análises de cenários na busca da competitividade diante das mudanças constantes no ambiente dos negócios, permitindo que os alunos passem a pensar e agir estrategicamente.

**Ementa:** Evolução do pensamento estratégico; Amplitude e Níveis de Planejamento. Análise estratégica: Macroambiente e Ambiente concorrencial; Filosofia de Planejamento. Missão, Visão e Objetivos; Definição

das estratégias em nível empresarial; Formulação e análise de cenários e aplicação do Planejamento Estratégico; Organização estratégica: Relação entre estratégia e estrutura organizacional; Implementação de estratégias; Controle estratégico.

**Bibliografia Básica:**

BATEMAN, Thomas; SNELL, Scott. Administração: construindo vantagem competitiva. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2006.

COSTA, Eliezer. Administração Estratégica Fácil. São Paulo: Saraiva, 2012.

WRIGHT, P.; KROL, M. J.; PARNELL, J. Administração Estratégica: Conceitos. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2000.

**Bibliografia Complementar:**

FLEURY, Maria Tereza Leme. Gestão Estratégica do Conhecimento. São Paulo: Atlas, 2008.

HITT, Michael e outros. Administração Estratégica. São Paulo: Pioneira -Thomson Learning, 2003, 550 p.

SERRA, Fernando A. Ribeiro; TORRES, Alexandre P.; TORRES, Maria Candida S. Administração Estratégica: conceitos, roteiro prático e casos. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso Editores, 2004.

**Noções de Qualidade em Serviços**

**Objetivos:** Organizar e administrar sistemas de qualidade em serviços; promover melhoria da qualidade de produtos, serviços e processos; aumentar a eficiência dos processos produtivos e nas operações de serviços.

**Ementa:** Conceito de qualidade. Sistemas de Gestão da Qualidade. Princípios da qualidade em serviços e seus desdobramentos. Política da qualidade em serviços. Modelo de implantação de um programa de qualidade em serviços. Ferramentas de gestão da qualidade em serviços.

**Bibliografia Básica:**

PALADINI, Edson Pacheco. Gestão Estratégica da Qualidade. São Paulo: Atlas, 2008.

JOHNSTON, R. & CLARK, G. Administração de Operações e Serviços. São Paulo: Atlas, 2002.

CORRÊA, H. L. & COAN, M. Gestão de Serviços – lucratividade por meio de operações e de satisfação dos clientes. São Paulo: Atlas, 2006.

**Bibliografia Complementar:**

ALBRECHT, Karl. Revolução nos serviços: como as empresas podem revolucionar a maneira de tratar os seus clientes. São Paulo: Pioneira, 1992.

TAKESHY, T.; SCAICO, O. Organização flexível: Qualidade na gestão por processos. São Paulo: Atlas, 2006.

GEORGE, M. L. Lean Seis Sigma para Serviços. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

GIANESI, I. G N; CORRÊA, H. L. Administração Estratégica de Serviços: operações para satisfação do cliente. São Paulo: Atlas, 1994.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Qualidade total em serviços: conceitos, exercícios, casos práticos. São Paulo: Atlas, 1999.

**INTERDISCIPLINARES**

**Análise e Demonstrações Contábeis**

**Objetivos:** Conhecer os conceitos básicos da contabilidade; apresentar situações que permitam vivenciar a contabilidade e os conceitos da área relativos à futura profissão.

**Ementa:** Análise e interpretação de balanços; Balanço Patrimonial; Demonstrações: resultado do exercício, mutação do patrimônio líquido, lucro ou prejuízo acumulado, fluxo de caixa, valor agregado; Análise Econômica financeira; Análises Vertical e Horizontal; Indicadores: Imobilização, endividamento, econômicos e financeiros; Estudo da necessidade de capital de giro; Cálculo e análise de giro e prazo médio; Prazo médio de estoque, recebimento e pagamento. ROI, ROA, EBITDA.

**Bibliografia Básica:**

CRUZ, J. A. W. ; ANDRICH, E. G.; SCHIER, U. C. Contabilidade Introdutória - Descomplicada. Curitiba: Juruá, 2008.

EQUIPE DE PROFESSORES DA FEA/USP. Contabilidade introdutória - Texto. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

\_\_\_\_\_. Contabilidade introdutória - Livro de Exercícios. 11.ed. São Paulo: Atlas, 2011.

MARION, José Carlos. Análise de Demonstrações Contábeis. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2010.



#### **Bibliografia Complementar:**

NETO, Alexandre Assaf. Estrutura e análise de balanço. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2012.

MARION, José Carlos. Contabilidade Básica. 10.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

#### **Liderança e Motivação**

**Objetivos:** Interpretar os condicionantes ambientais, psicológicos, sociais e culturais relacionados com a questão da liderança e a gestão de equipes. Identificar aspectos da liderança e as teorias aplicadas às variadas contingências.

**Ementa:** A importância dos processos grupais na formação e no desenvolvimento de lideranças; Conceitos de Grupo e Equipe; Estruturas formais e informais de Grupos e Equipes; Noção de papéis; Desenvolvimento da percepção empática e os processos de abertura e realimentação; Desenvolvimento de competências coletivas.

#### **Bibliografia Básica:**

BERGAMINI, Cecília Whitaker. Liderança: Administração do sentido. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

GRACIOSO, Francisco. Liderança Empresarial: competências que inspiram, influenciam e conquistam resultados. São Paulo: Atlas, 2009.

ROBBINS, Stephen. Comportamento Organizacional. São Paulo: Pearson, 2009.

#### **Bibliografia Complementar:**

BYHAM, William C.; SMITH Audrey B.; PAESE, Matthew J. Formando Líderes. São Paulo: Pearson Education, 2004.

LIMONGI-FRANÇA, Ana Cristina. Comportamento Organizacional. São Paulo: Saraiva, 2011.

LIPMAN-BLUMEN, Jean. Liderança Conectiva: Como Liderar em um Novo Mundo de Interdependência, Diversidade e Virtualmente Conectado. São Paulo: Pearson Education, 2008.

#### **Empreendedorismo em Negócios**

**Objetivos:** Refletir sobre as atitudes e comportamentos do empreendedor e desenvolver capacidade de análise das necessidades de mercado e diferenciação em meio à grande concorrência.

**Ementa:** A importância socioeconômica do empreendedorismo. Características do empreendedor de sucesso. Processo comportamental. Fatores que influenciam o empreendedorismo. Fases da evolução das empresas. Empresas de pequeno, médio e grande porte. Situações e Estratégia Empresarial (Simulações).

#### **Bibliografia Básica:**

HISRICH, R.D.; PETERS, M.P. Empreendedorismo. Porto Alegre: Bookman, 2004.

SOUZA, Eda Castro Lucas de; GUIMARAES, Tomás de Aquino (Org.) Empreendedorismo além do plano de negócio. São Paulo: Atlas, 2005.

BARON, Robert A.; SHANE, Scott A. Empreendedorismo: uma visão do processo. São Paulo : Thomson Learning, 2007.

#### **Bibliografia Complementar:**

BIRLEY, S.; MUZYKA, D.F. Dominando os desafios do empreendedor. São Paulo: Pearson, 2005.

BERNARDI, Luiz Antonio. Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas. São Paulo: Atlas, 2003.

CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: dando asas ao Espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2004.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

BERNARD, Ricardo. Métodos de Jogos de Empresa/Simulação Gerencial. In: VICENTE, Paulo. Jogos de Empresa. São Paulo: Makron, 2001.

OECH, R.V. Um "toc" na cuca: técnicas para quem quer ter mais criatividade na vida. 10. ed. São Paulo: Cultura, 1995.

#### **Comportamento do Consumidor**

**Objetivos:** Refletir acerca do comportamento do consumidor atual e sua atitude no momento da decisão de compra, a partir de ferramentas conceituais, metodológicas e teóricas.

**Ementa:** Motivações; Teorias da motivação; Necessidades; Personalidade; Percepção; Atitudes; Aprendizagem; Grupos de referência e líderes de opinião; Classes sociais e estilos de vida; Cultura e sistemas de valores; Modelos do comportamento de compra; Percepção da marca; Impacto das ações mercadológicas.

**Bibliografia Básica:**

COSTA, Jurandir Freire. O vestígio e a aura: corpo e consumismo na moral do espetáculo. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.

KARSAKLIAN, Eliane. Comportamento do consumidor. São Paulo: Atlas, 2004.

MATURANA, Humberto. Cognição, ciência e vida cotidiana. Org. Trad.: Cristina Magro e Victor Paredes. Belo Horizonte: UFMG, 2001.

**Bibliografia Complementar:**

MATURANA, Humberto. A ontologia da realidade. Trad.: Cristina Magro, Miriam Graciano e Nelson Vaz. Belo Horizonte: UFMG, 1997.

MITTAL Banwari, NEWMAN, Bruce I e SHETH Jagdish N. Comportamento do cliente: indo além do comportamento do consumidor. São Paulo: Atlas, 2001.

LIPOVETSKY, Gilles. A felicidade paradoxal – ensaio sobre sociedade e hiperconsumo. Trad.: Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

**Responsabilidade Socioambiental**

**Objetivos:** Compreender a evolução histórica dos conceitos de Sustentabilidade e Responsabilidade Social Corporativa (RSE) e estratégias e indicadores para que essas novas abordagens sejam incorporadas aos negócios das empresas.

**Ementa:** Políticas e práticas de gestão da RSE. Estratégias para o relacionamento empresarial com a cadeia de valor. Impactos socioambientais, promoção da diversidade, apoio às minorias e relações do trabalho.

**Bibliografia Básica:**

OLIVEIRA, Edson Marques de. Empreendedorismo Social, da teoria à prática do sonho à realidade. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2008.

ROBERT, Karl-Henrik. The Natural Step, A história de uma revolução silenciosa. São Paulo: Cultrix, 2003;

NETO, Francisco Paulo de Melo. BRENNAND, Jorgiana Melo. Empresas Socialmente Sustentáveis - O Novo Desafio da Gestão Moderna, Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

**Bibliografia Complementar:**

WERBACH, A. Estratégia para a Sustentabilidade - Uma nova forma de planejar sua estratégia empresarial. Rio de Janeiro: Campus, 2010.

TACHIZAWA, T. Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa: estratégias de negócios focadas na realidade brasileira. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

ALMEIDA, Fernando. Os Desafios da Sustentabilidade: Uma Ruptura Urgente. Rio de Janeiro: Campus, 2007.

ETHOS. Responsabilidade Social das empresas: a contribuição das universidades. vol. 8. São Paulo: Peirópolis, 2011.

**Direito do Consumidor**

**Objetivos:** Compreender os conceitos básicos de regulamentação jurídica do consumo e os mecanismos de mercado em sua interação com responsabilidade civil e sua influência na vida econômica.

**Ementa:** A ciência do direito; Conceito básico de direito; Regulamentação das relações de consumo; Política nacional de relações de consumo; Direitos básicos do consumidor; Responsabilidade civil pelo fato e pelo vício do produto e do serviço; Desconsideração da personalidade jurídica; Práticas comerciais; Práticas comerciais abusivas; Cobrança de dívidas; Proteção contratual; Cláusulas contratuais abusivas.

**Bibliografia Básica:**

DENSA, Roberta. Direito do Consumidor - v. 21. São Paulo: Atlas, 2009.

FILOMENO, José Geraldo Brito. Manual de direitos do consumidor. São Paulo: Atlas, 2007.

CAVALIERI, Sergio Filho. Programa de direito do consumidor. São Paulo: Atlas, 2008.

**Bibliografia Complementar:**

BENJAMIN, A. V. H. Comentários ao Código de Defesa do Consumidor. 3. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais – 1995.

LISBOA, Roberto Senise. Direito Civil de A a Z. Barueri: Manole, 2010.

NUNES, Luis Antonio Rizzato. Curso de Direito do Consumidor. São Paulo: Saraiva, 2011.

REALE, M. Lições Preliminares de Direito. 27. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

**Direito Comercial e Tributário**

**Objetivos:** Apresentar conhecimentos básicos de Direito Comercial e Tributário, necessários ao desempenho da profissão de Gestor Comercial.

**Ementa:** Sistema Tributário Nacional. Fato Gerador. Tipos de tributos. Princípios e Espécies tributárias. Administração tributária. Contrato de Trabalho. Jornada de Trabalho. Salário e Remunerações. Direitos elementares trabalhistas. Noções jurídicas de Empresário e Empresa, Estabelecimento e Ponto. Sociedades empresárias. Contratos Empresariais.

**Bibliografia Básica:**

DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. Direito Administrativo. São Paulo: Atlas, 2000.  
NASCIMENTO, A. M. Iniciação ao Direito do Trabalho, 26.ed. São Paulo: LTR, 2000.  
SABBAG, Eduardo. Manual de direito Tributário. 4.ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

**Bibliografia Complementar:**

PALAIA, NELSON. Noções Essenciais de Direito. 3.ed. São Paulo: Saraiva, 2005.  
MONTORO, A. F. Introdução à Ciência do Direito, 25.ed. São Paulo: VCR Tribunais, 1999.  
MAZZA, Alexandre. Manual de Direito Administrativo. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2012.  
BRASIL. Código tributário nacional e constituição federal.  
CESPEDES, Lívia; PINTO, Antonio Luiz de; WINDT, Márcia Cristina Vaz dos Santos (orgs). São Paulo: Saraiva, 2008.  
FAZZIO JÚNIOR, Waldo. Manual de Direito Comercial. São Paulo: Atlas, 2008.  
COELHO, Sacha Calmon Navarro. Curso de direito tributário brasileiro. São Paulo: Forense. 2005.  
COELHO, Fábio Ulhoa. Curso de direito comercial I. São Paulo: Saraiva, 2005.  
COELHO, Fábio Ulhoa. Curso de direito comercial II. São Paulo: Saraiva, 2008.  
FAZZIO JÚNIOR, Waldo. Fundamentos do direito comercial: empresário, sociedade empresarial, títulos de crédito. São Paulo: Atlas, 2004.

## ATIVIDADES TRANSVERSAIS/MULTIDISCIPLINARES

### Métodos para Produção do Conhecimento

**Objetivos:** Identificar os elementos e etapas necessários para o estudo produtivo; estabelecer um roteiro de estudo adequado às necessidades e objetivos; identificar as várias formas de conhecimento; reconhecer as características da ciência; desenvolver as diversas atividades acadêmicas; diferenciar os diversos tipos de pesquisa; compreender e aplicar o método científico; pensar e elaborar um projeto de pesquisa; estruturar metodologicamente uma monografia; utilizar as diversas técnicas de pesquisa; redigir textos de forma acadêmica.

**Ementa:** O Papel da ciência e da tecnologia. Tipos de conhecimento. Método e técnica. O processo de leitura e de análise textual. Citações e bibliografias. Trabalhos acadêmicos: tipos, características e composição estrutural. O projeto de pesquisa experimental e não experimental. Pesquisa qualitativa e quantitativa. Apresentação gráfica. Normas da ABNT.

**Bibliografia Básica:**

ANDRADE, M Margarida. Introdução a Metodologia do trabalho científico. 8.ed. São Paulo, Atlas, 2007.  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 14724: informações e documentos: trabalhos acadêmicos: apresentação. Rio de Janeiro: 2002.  
FEITOSA, V. C.. Redação de Textos Científicos. Campinas: Papyrus, 2004.  
LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. Fundamentos de Metodologia científica. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2005.

**Bibliografia Complementar:**

RAMPAZZO, L., Metodologia Científica. São Paulo: Loyola, 2003.  
SEVERINO, A. J. Metodologia do Trabalho Científico. 23.ed. São Paulo: Cortez, 2008.

### Atividades Acadêmico-Científico-Culturais

**Objetivo:** Desenvolver atividades de caráter científico e cultural, no âmbito da faculdade e da comunidade acadêmica.

**Ementa:** Os estudantes deverão cumprir 200 horas-aula ao longo de todo o curso em atividades que possibilitem vivências acadêmico-científico-culturais. Tais atividades serão de livre escolha do aluno e poderão ter diferentes naturezas, como a realização de cursos extracurriculares, participação em congressos, seminários, palestras e atividades culturais diversas (filmes, representações teatrais, visitas a museus, viagens, etc.), validadas pela Coordenação do Curso.

### **Criatividade e Inovação**

#### **Objetivo:**

Compreender a relação entre criatividade e inovação e a relevância da Ciência, Tecnologia e Inovação (C,T&I) para a realidade organizacional e empresarial brasileira.

#### **Ementa:**

Aspectos conceituais sobre a criatividade. Dinâmicas de criatividade-inovação. A nova economia: Informação, redes e inovação. Sistemas de inovação, clusters, incubadoras tecnológicas, parques tecnológicos e tecnologias sociais. Gestão de Projetos de P&D e Inovação.

#### **Bibliografia Básica:**

ALBUQUERQUE, Lynaldo Cavalcanti; NETO, Ivan Rocha. Ciência, tecnologia e regionalização: descentralização, inovação e tecnologias sociais. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.

DRUCKER, Peter F. Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios. São Paulo: Pioneira, 1986.

JULIEN, Pierre-André. Empreendedorismo regional e economia do conhecimento. São Paulo: Saraiva, 2010.

#### **Bibliografia Complementar:**

CRUZ, Renato. O desafio da inovação: a revolução do conhecimento nas empresas brasileiras. São Paulo: Senac, 2011.

DE GEUS, Klaus. Mentas criativas, projetos inovadores: a arte de empreender P&D e inovação. São Paulo: Musa Editora; Paraná: Universidade Tuiuti do Paraná, 2010.

DE MASI, Domenico. (org.). A emoção e a regra: os grupos criativos na Europa de 1850 a 1950. Rio de Janeiro: José Olympio, 1997.

### **PRIMT – Programa de Integração Multidisciplinar em Tecnologia**

#### **PRIMT I**

**Objetivos:** Empreender uma experiência pragmática, aplicando em situações reais habilidades e conhecimentos com atitude proativa, construindo dessa forma competências profissionais e diferenciais competitivos.

Resgatar conteúdos teóricos estudados nas diversas disciplinas e desenvolver uma postura proativa frente ao processo de aprendizagem.

**Ementa:** Integração das disciplinas do semestre por meio de um trabalho de revisão bibliográfica que permita articular conteúdos de várias áreas de conhecimento. Tópico gerador do conhecimento: Cenário Socioeconômico e ambiental.

#### **Bibliografia Básica:**

CHIZZOTTI, Antonio. Pesquisa em Ciências Humanas e Sociais. 3. ed. São Paulo: Cortez, 1998. LAKATOS, E. M. e MARCONI, M. A. Fundamentos de Metodologia Científica. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2005.

SEVERINO, A.J. Metodologia do Trabalho Científico. 23. ed. rev. e ampl. São Paulo: Cortez, 2008.

#### **Bibliografia Complementar:**

LAVILLE, C.; DIONNE, J. A Construção do Saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Porto Alegre: UFMG/ARTMED, 1999.

LUNA, S.V. Planejamento de Pesquisa - Uma introdução. 2.ed. São Paulo: Educ, 2009.

ECO, H. Como se faz uma Tese. 23. ed. São Paulo: Perspectiva, 2010.

#### **PRIMT II**

**Objetivos:** Empreender uma experiência pragmática, aplicando em situações reais habilidades e conhecimentos com atitude proativa, construindo dessa forma competências profissionais e diferenciais competitivos.

Resgatar conteúdos teóricos estudados nas diversas disciplinas e desenvolver uma postura proativa frente ao processo de aprendizagem.

**Ementa:** Integração das disciplinas do semestre por meio de pesquisa ou projeto de caráter monográfico, articulando a revisão bibliográfica à iniciação na pesquisa de campo. Tópico gerador do conhecimento: Gestão de Operações e Cadeia de Suprimentos.

#### **Bibliografia Básica:**

CHIZZOTTI, Antônio. Pesquisa em Ciências Humanas e Sociais. 7.ed. São Paulo: Cortez, 2005.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. Fundamentos de Metodologia Científica. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

SEVERINO, A.J. Metodologia do Trabalho Científico. 23 ed. re. e ampl. São Paulo: Cortez, 2008.

#### **Bibliografia Complementar:**

LAVILLE, C.; DIONNE, J. A Construção do Saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Porto Alegre: UFMG/ARTMED, 1999.

VERGARA, S. C. Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração, 4.ed. São Paulo, Atlas, 2010.

BARDIN, L. Análise de Conteúdo. Edições 70: Brasil, 2011.

#### **PRIMT III**

**Objetivos:** Empreender uma experiência pragmática, aplicando em situações reais habilidades e conhecimentos com atitude proativa, construindo dessa forma competências profissionais e diferenciais competitivos.

Resgatar conteúdos teóricos estudados nas diversas disciplinas e desenvolver uma postura proativa frente ao processo de aprendizagem.

**Ementa:** Integração das disciplinas do semestre por meio de pesquisa ou projeto de caráter monográfico, articulando o levantamento bibliográfico às atividades de campo. Tópico gerador do conhecimento: Estudos Econômicos e quantitativos e Sistema Financeiro.

#### **Bibliografia Básica:**

CHIZZOTTI, Antonio. Pesquisa em Ciências Humanas e Sociais. 7. ed. São Paulo: Cortez, 2005.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. Fundamentos de Metodologia Científica. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

SEVERINO, A.J. Metodologia do Trabalho Científico. 23 ed. rev. e ampl. São Paulo: Cortez, 2008.

#### **Bibliografia Complementar:**

BARDIN, L. Análise de Conteúdo. São Paulo: Edições 70, 2011.

LAVILLE, C.; DIONNE, J. A Construção do Saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Porto Alegre: UFMG/ARTMED, 1999.

MAZZOTTI-ALVES, A J. & GEWANDSZNAJDER, F. O método nas Ciências Naturais e Sociais – pesquisa quantitativa e qualitativa, São Paulo: Pioneira, 1998.

#### **PRIMT IV**

**Objetivos:** Empreender uma experiência pragmática, aplicando em situações reais habilidades e conhecimentos com atitude proativa, construindo dessa forma competências profissionais e diferenciais competitivos.

Resgatar conteúdos teóricos estudados nas diversas disciplinas e desenvolver uma postura proativa frente ao processo de aprendizagem.

**Ementa:** Elaborar um projeto de pesquisa a partir de um tema obtido do tópico gerador. Efetuar pesquisas bibliográficas, empíricas e elaborar um relatório de pesquisa, atendendo à metodologia e estrutura de trabalhos técnico-científicos. Tópico gerador do conhecimento: Desenvolvimento de Recursos Humanos.

#### **Bibliografia Básica:**

CHIZZOTTI, Antônio. Pesquisa em Ciências Humanas e Sociais. 7. ed. São Paulo: Cortez, 2005.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. Fundamentos de Metodologia Científica. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

SEVERINO, A.J. Metodologia do Trabalho Científico. 23 ed. rev. e ampl. São Paulo: Cortez, 2008.

#### **Bibliografia Complementar:**

BAQUERO, Marcello. A Pesquisa Quantitativa nas Ciências Sociais. Porto Alegre: UFRGS, 2009. LEFEVRE, Ana Maria Cavalcanti; LEFEVRE, Fernando. Pesquisa de Representação Social - Um Enfoque Qualiquantitativo. Brasília: Liber Livro, 2010.

THIOLLENT, Michel. Pesquisa-Ação nas Organizações. São Paulo: Atlas, 1997.

#### **PRIMT V**

**Objetivos:** Exercitar as etapas do processo de desenvolvimento do trabalho científico. Organizar seminários de discussão do projeto de pesquisa, sob orientação de professor.

Resgatar conteúdos teóricos estudados nas diversas disciplinas e desenvolver uma postura proativa frente ao processo de aprendizagem.

**Ementa:** O rigor e as regras da ciência. Os diferentes tipos de conhecimento. Os trabalhos de publicação científica. Pesquisas bibliográficas, empíricas e relatório de pesquisa.

#### **Bibliografia Básica:**

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Técnicas de pesquisas. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar um projeto de pesquisa. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

SALOMON, D.V. Como fazer monografia. 11 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

**Bibliografia Complementar:**

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. Normalização da Documentação no Brasil. Rio de Janeiro, 2000.  
MEDEIROS, João Bosco. Redação Científica: a prática, fichamentos, resumos, resenhas. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2008.  
SEVERINO, A.J. Metodologia do Trabalho Científico. 23. ed. rev. e ampl. São Paulo: Cortez, 2008.

**PRIMT VI**

**Objetivos:** Exercitar as etapas do processo de desenvolvimento do trabalho científico. Organizar seminários de discussão do projeto de pesquisa, sob orientação de professor.

Resgatar conteúdos teóricos estudados nas diversas disciplinas e desenvolver uma postura proativa frente ao processo de aprendizagem.

**Ementa:** O rigor e as regras da ciência. Os diferentes tipos de conhecimento. Os trabalhos de publicação científica. Pesquisas bibliográficas, empíricas e relatório de pesquisa.

**Bibliografia Básica:**

ECO, H. Como se faz uma Tese. 23. ed. São Paulo: Perspectiva, 2010.  
LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Técnicas de pesquisas. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2008.  
SALOMON, D.V. Como fazer monografia. 11 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

**Bibliografia Complementar:**

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. Normalização da Documentação no Brasil. Rio de Janeiro, 2000.  
MEDEIROS, João Bosco. Redação Científica: a prática, fichamentos, resumos, resenhas. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2008.  
SEVERINO, A.J. Metodologia do Trabalho Científico. 23. ed. rev. e ampl. São Paulo: Cortez, 2008.

**OUTROS COMPONENTES CURRICULARES:**

**Estágio Curricular Supervisionado**

**Objetivos:** Analisar situações e propor mudanças no ambiente organizacional; complementar o processo ensino-aprendizagem, por meio da conscientização das deficiências individuais e incentivar a busca do aprimoramento pessoal e profissional. O estágio deve servir como "mapeamento" da realidade profissional, aproximando os conhecimentos acadêmicos das práticas de mercado; criar oportunidades para conhecer as organizações e saber como elas funcionam; incentivar as potencialidades individuais, proporcionando o surgimento de profissionais empreendedores; promover a integração da IES/Empresa/Comunidade; servir como meio de reconhecimento das atividades de pesquisa e docência; buscar colocação profissional junto ao mercado de trabalho, de acordo com a área de interesse do aluno.

**Ementa:** Aplicação dos conhecimentos teóricos adquiridos na IES por meio da vivência em situações reais de desempenho da futura profissão. Atividades práticas, relacionadas com a área profissional, desenvolvidas em empresas da comunidade, sob orientação e supervisão da Faculdade.

**Bibliografia**

OLIVO, S; LIMA, M C. Estágio Supervisionado e Trabalho de Conclusão de Curso. São Paulo: Thomson Pioneira, 2006.

**Projeto de Graduação**

**Objetivos:** Desenvolver um projeto de estudos individual com a abordagem de assuntos relativos ao Curso de Graduação

**Ementa:** O projeto de Graduação (Conclusão de Curso) é uma exigência curricular na formação acadêmica e profissional dos Cursos de Tecnologia e consiste no desenvolvimento de um projeto de estudo individual sobre temas do conteúdo dos cursos e relacionado à prática profissional do aluno.

**Bibliografia Básica:**

MARTINS Junior, Joaquim. Como Escrever Trabalhos de Conclusão de Curso. Petrópolis: Vozes, 2008.  
MENDES, G; TACHIZAWA, T. Como fazer monografia na prática. Rio de Janeiro: FGV, 2008.  
OLIVEIRA, Maria Marty de. Como fazer projetos. Rio de Janeiro: Campus, 2008.

**Bibliografia Complementar:**

GREENHALGH, Trisha. Como ler artigos científicos. Porto Alegre: Artmed, 2008.  
SCHLITTLER, Jose Maria Martins. Como fazer monografias. Campinas: Servanda, 2008.  
SEVERINO, A.J. Metodologia do Trabalho Científico. 23. ed. rev. e ampl. São Paulo: Cortez, 2008.

## **2.2 - PROJETO INTEGRADOR**

**PRIMT - Programa de Integração Multidisciplinar em Tecnologia** - Integra as disciplinas de cada semestre por meio de pesquisa, monografia, projeto ou outra forma de desenvolvimento que corrobore para a formação sistêmica e holística do aluno dando-lhe condições de perceber a interação entre várias áreas de conhecimento, e simultaneamente preparando-o a cada semestre para a elaboração de seu Projeto de Conclusão de Curso.

O PRIMT, iniciativa pioneira da Direção da Faculdade de Tecnologia de Itaquaquecetuba, objetiva proporcionar ao aluno a oportunidade de transcender o ambiente teórico das salas de aula e empreender uma experiência pragmática, aplicando em situações reais as habilidades e os conhecimentos ali desenvolvidos, visando construir as competências profissionais e posturas adequadas ao mundo do trabalho.

O PRIMT é desenvolvido ao longo de todos semestres letivos do curso e tem por objetivo romper com o paradigma do ensino compartimentalizado, promovendo a integração das disciplinas, através da demonstração das nem sempre evidentes relações entre as várias áreas de conhecimento em uma experiência rica e gratificante.

### **DA NATUREZA DO PRIMT**

O PRIMT será realizado por equipes de alunos, nos primeiros semestres e por equipe ou individualmente nos dois últimos semestres, promovendo o exercício da cooperação e convivência em grupos de trabalho, simulando a realidade do ambiente profissional.

O PRIMT se constituirá em um elemento importante de avaliação de desempenho acadêmico e comporá parcela relevante na sua composição final.

O PRIMT se constituirá de um trabalho de pesquisa ou projeto, de caráter monográfico.

### **DA ORIENTAÇÃO DOS PROFESSORES**

Caberá aos professores das disciplinas integrantes do PRIMT orientar o desenvolvimento do trabalho quanto ao seu conteúdo, itens específicos a serem abordados, forma de apresentação e especificações técnicas pertinentes e desenvolver os projetos de acordo com os eixos temáticos (tópicos geradores de conhecimento) de cada semestre.

### **DA PESQUISA, MONOGRAFIA OU PROJETO.**

A pesquisa, monografia ou projeto será realizada de acordo com as orientações de disciplina específica, que abordará a metodologia a ser empregada e critérios para a obtenção de dados, informações e elaboração de resultados.

### **DAS REGRAS DOS SEMESTRES**

A pesquisa deverá seguir o eixo temático de cada semestre, abordando os tópicos geradores do conhecimento, a saber:

**1º Semestre – Eixo ADMINISTRAÇÃO/METODOLOGIA** – O aluno fará uma revisão sistemática da literatura (somente pesquisa bibliográfica), produzindo um relatório de pesquisa.

**2º Semestre – Eixo ORGANIZAÇÃO/PROCESSOS** – O aluno desenvolverá a pesquisa articulando levantamento bibliográfico e atividades de campo.

**3º Semestre – Eixo FINANÇAS/CONTROLE** – O aluno desenvolverá a pesquisa articulando levantamento bibliográfico (atentando à busca de possíveis novas formas de citação) e atividades de campo.

**4º Semestre – Eixo PESSOAS** – O aluno desenvolverá a pesquisa articulando levantamento bibliográfico e atividades de campo e discutindo metodologia e estrutura de trabalho técnico-científico.

**5º Semestre – Eixo MARKETING** – O aluno desenvolverá o projeto individualmente ou em grupo. O resgate das contribuições da metodologia e da estrutura da pesquisa científica se consolidam na apresentação de seminários de exposição dos temas, podendo, inclusive, usar algum dos eventos para discutir suas ideias para o Projeto de Graduação.

**6º Semestre – Eixo GESTÃO/ESTRATÉGIA** – O aluno desenvolverá o projeto individualmente ou em grupo. O resgate das contribuições da metodologia e da estrutura da pesquisa científica se consolidam na apresentação de seminários de exposição dos temas, podendo, inclusive, usar algum dos eventos para discutir seus Projetos de Graduação.

#### **DO TRABALHO ESCRITO**

° Será desenvolvido com a finalidade de relatar os resultados das análises referentes aos dados obtidos relativos ao objeto da pesquisa.

° No final do semestre o professor deverá recolher todos os trabalhos escritos.

#### **DA ESTRUTURA DO PRIMITIVO**

Capa

Resumo e palavras-chave

Abstract and keywords

Resumen y palabras clave

Introdução (objetivos e problema de pesquisa)

Referencial teórico ou Abordagem teórica

Metodologia

Resultados e discussão

Considerações finais

Referências

Apêndices

Anexos

**Obs 1:** estrutura completa a ser conquistada paulatinamente e completada nos trabalhos dos últimos semestres.



**Obs 2:** o relatório final de pesquisa deverá ter no máximo 20 (vinte) páginas. Não há limite de páginas para apêndices e anexos.

### DA AVALIAÇÃO DO PRIMT

- ° Na primeira avaliação o grupo de alunos deverá entregar o pré-projeto de pesquisa. O professor fará as devidas correções e entregará um parecer.
- ° Para a avaliação final, o grupo de alunos entregará o trabalho concluído. O professor fará as devidas correções e entregará um parecer.
- ° A média final se compõe das duas avaliações. Os alunos reprovados deverão se enquadrar em novos grupos de PRIMT para realizarem outra pesquisa.

### TABELA DE EQUIVALÊNCIAS

Disciplina na matriz antiga/ horas-aula	Disciplina na nova matriz/ horas-aula
Metodologia de Pesquisa (2)	Métodos para a Produção do Conhecimento (2)
Estatística (2)	Estatística Básica (2)
Matemática Comercial (4)	Matemática Financeira Aplicada (4)
Comunicação e Expressão I (2)	Português I (2)
Comunicação e Expressão II (2)	Português II (2)
Comunicação e Expressão III (2)	Português III (2)
Língua Espanhola I (2)	Espanhol I (2)
Língua Espanhola II (2)	Espanhol II (2)
Língua Espanhola III (2)	Espanhol III (2)
Língua Inglesa I (2)	Inglês I (2)
Língua Inglesa II (2)	Inglês II (2)
Língua Inglesa III (2)	Inglês III (2)
Língua Inglesa IV (2)	Inglês IV (2)
Língua Inglesa V (2)	Inglês V (2)
Língua Inglesa VI (2)	Inglês VI (2)
Informática Banco de Dados (2)	Sistemas da Informação e Banco de Dados (2)
Organização e Processos (4)	Gestão de Processos (4)
Gestão de Materiais (4)	Cadeia de Suprimentos (4)
Microeconomia (2) + Macroeconomia (2)	Economia (4)
Gestão Contábil e Financeira (4)	Gestão Financeira e Orçamentária (4)
Gestão de Recursos Humanos (4)	Gestão de Pessoas (4)
Endomarketing (4) Obs. O conteúdo de motivação desta disciplina vai migrar para Liderança e Motivação	Comunicação Interna e Endomarketing (2)
Liderança (2)	Liderança e Motivação (4) Obs. Os conteúdos de motivação estavam presentes na disciplina Endomarketing, que passou de 4 para 2 horas-aula
Responsabilidade Social (2)	Responsabilidade Socioambiental (2)
Promoção e Vitrinismo (2)	Promoção e Merchandising (2)
Psicologia do Consumidor (2)	Comportamento do Consumidor (2)
Qualidade em Serviços (2)	Noções de Qualidade em Serviços (2)
Empreendedorismo (4)	Empreendedorismo em Negócios (4)