

**Curso Superior de Tecnologia em
Gestão de Negócios e Inovação**



Justificativas para implantação do Curso:

O empreendedorismo é uma revolução que será para o século XXI mais do que a revolução industrial representou para o século XX.

Peter Drucker

A dinâmica e o crescimento da economia dos países em desenvolvimento, como o Brasil, dependem em grande parte da capacidade de criar empresas capazes de sobreviver, para gerar trabalho e renda para a população economicamente ativa, de maneira sustentável, levando então, estes países, a alcançar uma maior produção de bens e serviços e um posicionamento estratégico junto à economia global.

No Brasil, as PMEs (Pequenas e Médias Empresas) veem alcançando uma participação cada vez maior na economia, segundo pesquisa do SEBRAE, 99% das empresas do país em termos quantitativos são PMEs e, estas respondem por quase 70% dos postos de trabalho do setor privado, além de representar 20% do PIB.

O Estado de São Paulo tem a liderança em trabalho e empregos deste setor, visto que abriga mais do que a soma das regiões Nordeste, Centro-Oeste e Norte e aparece como o principal Estado empregador do País. De acordo com o IBGE, a Região Sudeste concentra 51,3% das empresas do País, dessas 58,6% localizam-se no Estado de São Paulo.

O Brasil realmente é uma nação inovadora e empreendedora. A cada ano, cerca de 500 mil novas empresas são criadas e com elas surge m cerca de 1,5 milhões de postos de trabalho. Imaginem que País nós teríamos se a grande maioria dessas iniciativas tivesse condições de prosperar. Em cerca de doze anos o problema do desemprego estaria praticamente solucionado. Entretanto, ainda estamos distantes de tal cenário.

Em países emergentes, com a reorientação do papel do Estado, os cidadãos se veem cada vez mais responsáveis pelo seu próprio destino e buscam reduzir a dependência da

intervenção estatal na economia, criando seus próprios negócios, conforme demonstra a tabela a seguir.

Nos últimos anos, o empreendedorismo e a inovação começam a se destacar no Brasil como instrumentos propulsores da economia e passam a receber maior atenção tanto do Estado quanto das empresas privadas, buscando evoluir do modelo tradicional de fluxo de recursos para um modelo mais dinâmico, em que as empresas investem parte do que pagariam de impostos diretamente em projetos de iniciativa empreendedora, a exemplo do que vem ocorrendo em países desenvolvidos, onde os empreendedores são tratados como a “grande mola” da economia.

Características demográficas dos empreendedores brasileiros:

Características Demográficas	Brasil	Região Norte	Região Nordeste	Região Centro-Oeste	Região Sudeste	Região Sul
	Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)
Gênero						
Masculino	17,4*	18,2	14,8	17,1	17,6	20,9
Feminino	13,1	12,9	12,0	12,6	13,8	13,3
Faixa etária						
18-24 anos	2,8	4,0	1,5	2,6	2,6	5,5
25-34 anos	11,2	10,4	8,9	11,1	12,8	11,7
35-44 anos	20,6	22,4	19,6	18,9	20,6	22,4
45-54 anos	23,9	26,3	23,5	23,6	23,3	25,3
55-64 anos	21,3	29,4	21,0	24,3	20,1	21,4
Grau de escolaridade						
Nenhuma educação formal	18,5	21,1	17,9	16,6	20,0	15,2
Primeiro grau incompleto	21,2	24,1	19,2	20,1	22,6	20,7
Primeiro grau completo	20,6	16,8	22,0	17,7	20,8	20,8
Segundo grau incompleto	9,6	9,4	7,7	11,2	8,5	14,6
Segundo grau completo	13,3	15,3	10,5	12,3	14,2	15,4
Curso superior incompleto	9,0	7,0	6,4	10,9	9,6	11,3
Curso superior completo	13,1	8,7	13,0	15,0	12,4	15,9
Pós-graduação incompleta	19,4	12,5	14,5	11,4	25,1	15,2
Pós-graduação completa	17,5	9,6	9,1	10,1	15,7	31,6
Faixa de renda						
Menos de 3 salários mínimos	14,9	16,1	15,9	14,4	13,4	17,4
3 a 6 salários mínimos	15,6	14,3	11,2	15,2	18,3	17,1
6 a 9 salários mínimos	14,5	15,4	9,1	20,0	19,3	9,8
Mais de 9 salários mínimos	14,0	22,6	9,5	10,4	10,8	18,6

Fonte: GEM Brasil 2012

* As taxas significam o percentual de empreendedores estabelecidos em cada classe, por região, em relação a população da mesma classe.

Porém, há um fato que compromete um maior crescimento do número de empresas e, por conseguinte um maior desenvolvimento sócio econômico. É o alto índice de mortalidade precoce das PMEs, que são gerados por diferentes elementos e condições ligadas a estas unidades produtivas. Pesquisas do SEBRAE mostram que, de cada 100 empresas abertas, 41 não ultrapassam o primeiro ano de atividade e, esta proporção aumenta para 70% após cinco anos da abertura da empresa.



São graves as consequências da curta vida das PMEs. Em 2011, só no Estado de São Paulo, o custo da mortalidade das empresas implicou a perda de 281 mil ocupações e de quase R\$ 15 bilhões. Uma nação emergente, com imenso passivo social e elevada taxa de desemprego, não pode dar-se ao luxo de tais prejuízos.



Principais causas de Mortalidade das Empresas:

Principais causas da mortalidade das PMEs - por Ordem de importância de ocorrência

ITENS	PRINCIPAIS PROBLEMAS
1- Comportamento empreendedor	Características (conhecimentos, habilidades e atitudes) empreendedoras insuficientes. Precisam ser aprimoradas.
2- Planejamento prévio	Falta planejamento antes da abertura (quando ele existe, é deficiente).
3- Gestão empresarial	Deficiências na gestão do negócio, após a abertura (ex.: aperfeiçoamento de produtos, fluxo de caixa, propaganda e divulgação, gestão de custos e busca de apoio/auxílio).
4- Políticas de apoio	Insuficiência de políticas de apoio (peso dos impostos, burocracia, falta de crédito e de política de compras governamentais).
5- Conjuntura econômica	Baixo crescimento da economia (demanda fraca e concorrência forte).
6- Problemas "pessoais"	Problemas de saúde, particulares, com sócios, de sucessão e a criminalidade prejudicam o negócio.

Fonte: SEBRAE-SP

Analisando com muita atenção os itens acima elencados, percebemos claramente que o problema mais crônico em relação à mortalidade, e de onde derivam todos outros, é a falta de qualificação e capacitação dos empreendedores responsáveis pela gestão das PMEs.

Não há dúvidas que o desenvolvimento brasileiro somente será conquistado se resolvermos o problema das PMEs, a verdadeira base da inclusão social por meio do emprego e elemento fundamental para oxigenar e estimular toda a economia.

A solução é responsabilidade de todos e virá com a instituição de políticas públicas, projetos da iniciativa privada favoráveis a estes empreendimentos e, principalmente, mecanismos inteligentes de capacitação do empreendedor.

Estes números, fatos e dados são comprobatórios da necessidade latente de diminuição desta intensa mortalidade sob pena de, no médio e longo prazo, afetar de maneira contundente, questões sócio econômicas de desenvolvimento regional.

Portanto, diante de tais conclusões, eis uma grande oportunidade de elaborar e disponibilizar Projetos com soluções de produtos e serviços estruturados e customizados para este enorme público com muita carência de conhecimento.

Público Alvo Inicial:

A implantação do curso de graduação em Tecnologia em Gestão de negócios e Inovação pretende garantir a seus egressos uma formação que lhes permita ter conhecimento sobre múltiplas formas em que podem se estruturar os mais variados tipos de organizações, tendo em vista que as atividades de gestão estão direcionadas à oferta do apoio administrativo e logístico a todas as atividades produtivas, qualquer que seja o setor econômico no que elas se desenvolvam.

O curso está, portanto, focado na potencialização do trabalho dos atuais empreendedores, o que não impede a formação de novos, principalmente os egressos do ensino médio.

Análise da Escolaridade dos Empreendedores, proprietários de PMEs:

Características dos proprietários de PMEs

	63% sexo masculino
	18% sim
Escolaridade	28% Superior Completo
	49% Segundo Grau
	23% Ginásio Completo

Neste quadro podemos analisar a questão da Escolaridade. O total de proprietários de PMEs aptos a realizar um curso superior no Estado de São Paulo perfaz 49%, indicando um público alvo de mais de 756 mil possíveis ingressos.

Análises, Conclusões e Oportunidades:

É inegável a importância das PMEs para o desenvolvimento social e econômico do Brasil. Como descrito, o empreendedorismo inovador é e será para os próximos anos, a “mola mestra” impulsionadora do crescimento do país frente às nações emergentes.

Analisando essa afirmação, bem como dados e gráficos disponibilizados a respeito das PMEs, fica claro que “existe um vácuo”, à espera de preenchimento, ou seja, atitudes e ideais inteligentes têm e terão espaço frente a projetos ligados à temática do Empreendedorismo e da Inovação.



No Estado de São Paulo é latente a necessidade de projetos customizados que visem melhoria e desenvolvimento do Empreendedor e seu Empreendimento e consequente aumento de competitividade por meio da inovação, tanto de processos de negócios quanto nos produtos e processos produtivos. O número de PM Es no Estado é o muito significativo, o que por definição e consequência, traz grande Mortalidade de empresas e, obviamente, todos os problemas econômicos e sociais deste alarmante dado de mercado.

Portanto, ao mesmo tempo em que se tem uma problemática, vislumbra-se uma oportunidade e, principalmente, uma solução adequada, customizada, diferenciada e inovadora. Todos os requisitos indispensáveis para minimizar o problema das PMEs e obter sucesso empresarial como tutores e idealizadores de projetos.

Projeto Pedagógico do Curso:

- **Dados Gerais do Curso:**
- **Carga horária total do curso:** 2800 horas, sendo 2880 aulas 2400 horas (atende diretrizes curriculares) + 240 horas de Estágio Curricular + 160 horas do Trabalho de Graduação.
- **Duração da aula:** 50 minutos;
- **Período letivo:** semestral, mínimo de 100 dias letivos (20 semanas);
- **Prazo de integralização:** mínimo: 3 anos (6 semestres),
máximo: 5 anos (10 semestres);
- **Regime de Matrícula:** Conjunto de disciplinas;
- **Forma de Acesso:** Classificação em Processo Seletivo – Vestibular
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.
- **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.

O Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Negócios e Inovação é um curso com currículo inovador e por esse motivo não se encontra no Catálogo Nacional dos cursos Superiores de Tecnologia (CNCST), conforme o disposto no art. 81 da LDB e art. 14 da Resolução CNE/CP nº 03/2002, pode ser classificado no Eixo Tecnológico de Gestão e Negócios do CNCST.



A carga horária de 2.880 aulas corresponde a um total de 2.400 horas de atividades, mais 240 horas de Estágio Supervisionado e 160h de Trabalho de Graduação, num total de 2.800 horas, contemplando assim o disposto na legislação e nas diretrizes de cursos de Tecnologia aprovadas pelo Conselho deliberativo do Centro Paula Souza.

Além da legislação vigente o currículo também observa as diretrizes internas do Centro Paula Souza, aprovadas pelo Conselho Deliberativo e publicadas no DOE de 11 de agosto de 2012.

A gestão da vida acadêmica dos estudantes é regulada pelo “Regulamento Geral dos Cursos de Graduação das Faculdades de Tecnologia do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza - CEETEPS”, aprovado pela deliberação CEETEPS - 12, de 14-12-2009, publicada no DOE de 18-12-2009, Seção I, Pág. 65 - Retificações do D.O. de 15-12-2009.

Para os componentes curriculares de Inglês e Espanhol, há a aplicação de Exame de Proficiência, com a finalidade de aproveitamento de competências para dispensa de estudos, conforme estabelece o regulamento de graduação das Fatec (artigos 53 a 56). Para os demais componentes curriculares há estudos para definição dos procedimentos de forma centralizada, além da regulamentação já prevista na legislação do ensino superior e regimentos. Cada unidade Fatec pode estabelecer procedimentos complementares para operacionalizar o que dispõe o regulamento de Graduação e a legislação vigente.

I – Perfil dos profissionais

O tecnólogo em Gestão de Negócios e Inovação é o profissional que identifica as necessidades do mercado e fatores a serem considerados no modelo e processos de negócio; cria protótipos; gerencia projetos e elabora planos estratégicos completos (marketing, finanças, pessoal, operações). Prospecta e formula propostas com vistas à obtenção de recursos financeiros para fomento e financiamento de novos empreendimentos. Inova nas propostas de modelo de negócios. Fomenta novas tecnologias. Atua na cadeia de valor da inovação e empreendedorismo como orientador (*coaching*, mentor ou tutor) e ou implementador dos projetos empresariais articulando os demais atores dessa cadeia (idealizador, modelador e executor).



Áreas de atuação:

O egresso do Curso Superior em Tecnologia em Gestão de Negócios e Inovação deverá ser um profissional apto a orientar e desenvolver projetos empresariais relacionados ao Empreendedorismo e Inovação, nos mais variados setores da economia: indústrias, empresas prestadoras de serviços, agroindústria e organizações que desenvolvem políticas públicas para fomentar a geração de riquezas por meio da transformação de conhecimentos em novos produtos ou serviços. Pode também empreender seu próprio negócio.

Competências e Habilidades:

Competências Tecnológicas

- identificar as necessidades do mercado e fatores a serem considerados no modelo e processos de negócio;
- criar o protótipo de negócio;
- gerenciar projetos, mudanças, crises e riscos de negócio;
- elaborar planos estratégicos completos para o negócio (marketing, finanças, pessoal, operações);
- prospectar e formular propostas com vistas à obtenção de recursos financeiros para fomento e financiamento de negócios;
- gerenciar negócios;
- inovar nas propostas de modelo de negócios;
- aplicar novas tecnologias em processos de negócio;
- atuar na cadeia de valor da inovação e empreendedorismo como orientador e ou implementador dos projetos empresariais;
- articular os demais atores dessa cadeia (idealizador, modelador e executor);
- atuar como *coaching*, mentor e tutor de desenvolvimento de inovação em negócios.

Competências gerais

Demonstrar espírito empreendedor, foco na inovação nos negócios, criatividade, iniciativa, liderança, raciocínio lógico, raciocínio abstrato e visão crítica, assim como as capacidades de comunicação, de análise, de síntese, de negociação, de mediar conflitos e de decisão.



II – Objetivos Gerais e Específicos do curso:

Gerais:

Preparar profissionais, tecnólogos em Gestão de Negócios e Inovação, capazes de contribuir com a geração de riquezas, transformando conhecimentos e inovação em novos produtos ou serviços, observando os valores éticos as questões de sustentabilidade econômica, ambiental e social.

Específicos:

Preparar profissionais capazes de:

- identificar as necessidades do mercado e fatores a serem considerados no modelo e processos de negócio;
- criar o protótipo de negócio;
- gerenciar projetos;
- gerenciar mudanças;
- gerenciar crises e riscos de negócio
- elaborar planos estratégicos completos para o negócio (marketing, finanças, pessoal, operações);
- prospectar e formular propostas para obtenção de recursos financeiros para fomento e financiamento de negócios;
- gerenciar negócios;
- inovar nas propostas de modelo de negócios;
- aplicar novas tecnologias em processos de negócio;
- atuar na cadeia de valor da inovação e empreendedorismo como orientador e ou implementador dos projetos empresariais;
- articular os demais atores dessa cadeia (idealizador, modelador e executor);
- atuar como *coaching*, mentor e tutor de desenvolvimento de inovação em negócios.

Mapeamento de Competências por componente curricular:

O quadro a seguir traça as relações entre as competências previstas ao profissional formado pelo curso, a partir do perfil profissional traçado, e os conteúdos dos componentes curriculares que compõem sua matriz.



Mapeamento Competências x Componentes Curriculares

COMPETÊNCIAS	COMPONENTES CURRICULARES
Identificar as necessidades do mercado e fatores a serem considerados no modelo e processos de negócio	Empreendedorismo e Inovação Gestão, Modelagem e Prototipagem de Negócios. Negócios Internacionais Projeto Interdisciplinar I e II Prospecção de Bases de Informações Tecnológicas Prospecção de Negócios
Criar o protótipo de negócio	Gestão, Modelagem e Prototipagem de Negócios. Projeto Interdisciplinar I a VI
Gerenciar projetos	Gestão de Projetos Gestão do Ciclo de Vida do Produto Projeto Interdisciplinar I a VI
Gerenciar mudanças	Marketing e Inovação Negociação Prospecção de Bases de Informações Tecnológicas Prospecção de Negócios
Gerenciar crises e riscos de negócio	Ética e Responsabilidade Sócio Ambiental Gestão Financeira e de Custos Negociação
Elaborar planos estratégicos completos para o negócio (marketing, finanças, pessoal, operações)	Gestão do Ciclo de Vida do Produto Gestão Financeira e de Custos Marketing e Inovação Negócios Internacionais Políticas Públicas Empreendedorismo
Prospectar e formular propostas com vistas à obtenção de recursos financeiros para fomento e financiamento de negócios	Contabilidade Gerencial Economia Gestão Financeira e de Custos Investimentos e Financiamentos Políticas Públicas Empreendedorismo
Gerenciar negócios	Administração Geral Cálculo Coaching Empresarial Contabilidade Gerencial Estatística Gestão de Materiais Gestão de Operação de Serviços Gestão de Varejo Legislação Empresarial e Propriedade Industrial Legislação Trabalhista e Cálculo de Encargos Legislação Tributária e Cálculo de Tributos Logística Empresarial Negociação Pesquisa Operacional
Inovar nas propostas de modelo de negócios	Empreendedorismo e Inovação Gestão de Marcas Gestão do Ciclo de Vida do Produto Marketing e Inovação Projeto Interdisciplinar I a VI Prospecção de Bases de Informações Tecnológicas Prospecção de Negócios
Aplicar novas tecnologias em processos de negócio	Novas Tecnologias Digitais Prospecção de Bases de Informações Tecnológicas
Atuar na cadeia de valor da inovação e empreendedorismo como orientador e ou implementador dos projetos empresariais	Coaching Empresarial Gestão de Marcas Prospecção de Bases de Informações Tecnológicas Prospecção de Negócios Projeto Interdisciplinar V e VI
Articular os demais atores dessa cadeia (idealizador, modelador e executor)	Coaching Empresarial Políticas Públicas Empreendedorismo
Atuar como <i>coaching</i> , mentor e tutor de desenvolvimento de inovação em negócios.	Coaching Empresarial
Competências gerais (pessoais) Demonstrar espírito empreendedor, foco na inovação nos negócios, criatividade, iniciativa, liderança, raciocínio lógico, raciocínio abstrato e visão crítica, assim como as capacidades de comunicação, de análise, de síntese, de negociação, de mediar conflitos e de decisão.	Todos os componentes devem conduzir os estudantes para o desenvolvimento dessas competências pessoais, além de: Comunicação Empresarial Ética e Responsabilidade Sócio Ambiental Espanhol I e II Inglês I a VI



Recursos tecnológicos para o desenvolvimento do curso

Laboratórios, salas de aula e salas para projetos.

Os ambientes das salas de aulas e de projetos são m multimídias e estão configurados de acordo com as necessidades de cada disciplina. Não existe um laboratório físico de informática (com *desktops*), pois o prédio possui rede de internet e os estudantes interagem com a rede por meio de microcomputadores portáteis.

Todos têm à disposição programas específicos, instalados nos microcomputadores portáteis, para as diversas atividades acadêmicas, ou seja, toda sala de aula é também laboratório.

Lousas “inteligentes” digitais estão instaladas nas salas de aulas.

Quadro branco acoplado à lousa digital dá suporte a o professor nas atividades que exijam este recurso.

Biblioteca

Acervo bibliográfico físico e/ou digital atendendo as exigências e requisitos do curso, definidos para a execução deste projeto, bem como outros conteúdos para complementar a busca do conhecimento.

Metodologia de trabalho

A metodologia do trabalho docente, como orientação geral, é a de trabalho por projetos. Todos os componentes curriculares de um semestre apoiam as atividades do projeto interdisciplinar daquele semestre.

Cada componente curricular é detalhado no plano de ensino amplamente discutido com os docentes da coordenação do curso e deve especificar estudos de caso, projetos e oportunidades dos estudantes vivenciarem situações reais de resolução de problemas empresariais.

As ferramentas de “*design thinking*”, e outras discutidas ao longo do curso, são transversais ao currículo, assim como, questões relacionadas à sustentabilidade, ética nos negócios e a comunicação adequada, inclusive em idiomas estrangeiros.

Observe-se que a faculdade poderá desenvolver componentes curriculares de maneira semipresencial do estudante, não excedendo 20% da carga de aulas do semestre, com atividades previamente definidas nos planos de ensino das disciplinas envolvidas.





III. Organização Curricular (Matriz curricular)

Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Negócios e Inovação

1º Semestre	2º Semestre	3º Semestre	4º Semestre	5º Semestre	6º Semestre
Proj. Interdisciplinar I - Gestão e Inovação (2)	Proj. Interdisciplinar II - Gestão e Inovação (2)	Proj. Interdisciplinar III - Gestão e Inovação (2)	Proj. Interdisciplinar IV - Gestão e Inovação (2)	Proj. Interdisciplinar V - Consultoria em GI (2)	Proj. Interdisciplinar VI - Consultoria em GI (2)
Empreendedorismo e Inovação (4)	Prospecção de Negócios (4)	Gestão, Modelagem e Prototipagem de Negócios (4)	Gestão de projetos (4)	Investimentos e Financiamentos (4)	Políticas Públicas em Empreendedorismo (4)
Prospecção de Bases de Informações Tecnológicas (4)	Marketing e Inovação (4)	Gestão do Ciclo de Vida do Produto (4)	Gestão Financeira e de Custos (4)	Gestão de Varejo (4)	Negociação (2)
Administração Geral (4)	Economia (4)	Contabilidade Gerencial (4)	Logística Empresarial (4)	Gestão de Materiais (4)	Gestão de Marcas (4)
Comunicação Empresarial (4)	Legislação Empresarial e Propriedade Industrial (4)	Legislação Tributária e Cálculo de Tributos (4)	Legislação Trabalhista e Cálculo de Encargos (4)	Gestão de Operação de Serviços (4)	Negócios Internacionais (4)
Cálculo (4)	Estatística (4)	Pesquisa Operacional (4)	Novas Tecnologias Digitais (4)	Ética e Responsabilidade Sócio-ambiental (2)	Coaching Empresarial (4)
Inglês I (2)	Inglês II (2)	Inglês III (2)	Inglês IV (2)	Espanhol I (2)	Espanhol II (2)
Inglês V (2)	Inglês VI (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

DISTRIBUIÇÃO DAS AULAS POR EIXO FORMATIVO

Disciplinas BÁSICAS	Aulas	%	Disciplinas PROFISSIONAIS	Aulas	%
			Marketing	400	13,9
Comunicação em Língua Portuguesa	80	2,8	Produção	320	11,1
Comunicação em língua estrangeira: Inglês	240	8,3	Finanças	240	8,3
Comunicação em língua estrangeira: Espanhol	80	2,8	Específicas da tecnologia do curso	760	26,4
Cálculo e Estatística	160	5,6	Legislação aplicada	240	8,3
Administração e Economia	160	5,6	Transversais e multidisciplinares	200	6,9
TOTAL	720	25,0	TOTAL	2160	75,0

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 de Trabalho de Graduação = 2800 Horas

DISTRIBUIÇÃO DA CARGA DIDÁTICA SEMESTRAL



Etapa	Disciplinas / Atividades		Aulas	Carga didática semestral		
				Tipo de atividade curricular		
	Sigla	Denominação		Teoria	Prática	Total
1°	TBG-001	Projeto Interdisciplinar I – Gestão e Inovação	(2)	--	40	40
	CEE-005	Empreendedorismo e Inovação	(4)	60	20	80
	CEE-006	Prospecção de Bases de Informações Tecnológicas	(4)	40	40	80
	ADM-002	Administração Geral	(4)	60	20	80
	COM-013	Comunicação Empresarial	(4)	60	20	80
	ING-001	Inglês I	(2)	20	20	40
Total semanal			24	Total do semestre		480
2°	TBG-002	Projeto Interdisciplinar II – Gestão e Inovação	(2)	--	40	40
	CEE-007	Prospecção de Negócios	(4)	40	40	80
	PMG-005	Marketing e Inovação	(4)	60	20	80
	DDE-006	Legislação Empresarial e Propriedade Industrial	(4)	60	20	80
	ECN-002	Economia	(4)	60	20	80
	ING-002	Inglês II	(2)	20	20	40
Total semanal			24	Total do semestre		480
3°	TBG-003	Projeto Interdisciplinar III – Gestão e Inovação	(2)	--	40	40
	CEE-008	Gestão, Modelagem e Prototipagem de Negócios	(4)	40	40	80
	AGP-005	Gestão do Ciclo de Vida do Produto	(4)	60	20	80
	POP-001	Pesquisa Operacional	(4)	60	20	80
	DCT-002	Legislação Tributária e Cálculo de Tributos	(4)	60	20	80
	ING-003	Inglês III	(2)	20	20	40
Total semanal			24	Total do semestre		480
4°	TBG-004	Projeto Interdisciplinar IV – Gestão e Inovação	(2)	--	40	40
	AGF-012	Gestão Financeira e de Custos	(4)	60	20	80
	JLE-200	Logística Empresarial	(4)	60	20	80
	DTO-001	Legislação Trabalhista e Cálculo de Encargos	(4)	60	20	80
	IDI-002	Novas Tecnologias Digitais	(4)	40	40	80
	ING-004	Inglês IV	(2)	20	20	40
Total semanal			24	Total do semestre		480
5°	TBG-005	Projeto Interdisciplinar V – Consultoria em Gestão e Inovação	(2)	--	40	40
	AGF-040	Investimentos e Financiamentos	(4)	40	40	80
	AGF-041	Gestão de Varejo	(4)	60	20	80
	ACE-011	Gestão de Operação de Serviços	(4)	60	20	80
	AGS-002	Gestão de Materiais	(4)	60	20	80
	HSO-006	Ética e Responsabilidade Sócio Ambiental	(2)	30	10	40
	ESP-001	Espanhol I	(2)	30	10	40
	ING-005	Inglês V	(2)	20	20	40
Total semanal			24	Total do semestre		480
6°	TBG-006	Projeto Interdisciplinar VI - Consultoria em Gestão e Inovação	(2)	--	40	40
	CEE-009	Políticas Públicas em Empreendedorismo	(4)	60	20	80
	CEI-004	Negócios Internacionais	(4)	60	20	80
	CEE-010	Gestão de Marcas	(4)	60	20	80
	CEE-011	Coaching Empresarial	(4)	40	40	80
	CEE-012	Negociação	(2)	20	20	40
	ESP-002	Espanhol II	(2)	20	20	40
	ING-006	Inglês VI	(2)	20	20	40
Total semanal			24	Total do semestre		480
	ENI-001	Estágio Curricular Supervisionado em Gestão de Negócios e Inovação				240h
	TNI-001	Trabalho de Graduação em Gestão de Negócios e Inovação				160h



EMENTAS, OBJETIVOS E BIBLIOGRAFIA.

Primeiro semestre

Disciplinas / Atividades Denominação	Aulas Semanais	Carga didática semestral Tipo de atividade curricular		
		Teoria	Prática	Total
Projeto Interdisciplinar I – Gestão e Inovação	(2)	--	40	40
Empreendedorismo e Inovação	(4)	60	20	80
Prospecção de Bases de Informações Tecnológicas	(4)	40	40	80
Administração Geral	(4)	60	20	80
Cálculo	(4)	60	20	80
Comunicação Empresarial	(4)	60	20	80
Inglês I	(2)	20	20	40

Componentes curriculares do semestre

PROJETO INTERDISCIPLINAR I – Gestão e Inovação – 40 AULAS

Objetivo: Proporcionar aos discentes conceitos e aplicação da Metodologia Científica, o desenvolvimento de jogos de tabuleiro com foco em Empreendedorismo e a elaboração de artigos científicos.

Ementa: Metodologia Científica, Tipos de Discursos, Citações, Tipos de Pesquisas, Coleta de Dados e Criação de Jogos de Tabuleiro.

Bibliografia básica:

AQUINO, Ítalo de Souza. *Como escrever artigos científicos sem arroudeio e sem medo da ABNT*. São Paulo: Saraiva, 2010.

GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

LAKATOS, E.M; MARCONI, M.A. *Metodologia Científica*. São Paulo. Atlas, 2010.

Bibliografia complementar:

FLICK, U. *Uma introdução à pesquisa qualitativa*. 3. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

SEVERINO, A. J. *Metodologia do trabalho científico*. 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007.

YIN, R. K. *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Trad. de Daniel Grassi. 4. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO – 80 AULAS

Objetivo: Refletir sobre as atitudes e comportamentos do empreendedor inovador e desenvolver análise das necessidades de mercado e diferenciação em meio à concorrência.

Ementa: Definições de empreendedorismo e inovação. A importância socioeconômica do empreendedorismo inovador. Tipos de inovação (incremental e de ruptura) e impactos nas atividades empresariais e na economia. Mudanças, crises e riscos de negócio. Características do empreendedor de sucesso. Processo comportamental. Fatores que influenciam o empreendedorismo. Fases da evolução das empresas. Empresas de pequeno, médio e grande porte. Como alavancar e estruturar negócios inovadores.

Bibliografia básica:

BERNARDI, Luiz Antonio. *Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas*. São Paulo: Atlas, 2013.

BESSANT, John; TIDD, Joe. PAVIT, Keith. *Inovação e Empreendedorismo*. Porto Alegre: Bookman, 2009.

TERRA, Jose Claudio Cyrineu. *10 dimensões da gestão da inovação*. Campus – RJ, 2012.

Bibliografia complementar:

BAUTZER, Deise. *Inovação*. Atlas, 2009.

CHIAVENATO, Idalberto. *Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor*. São Paulo: Manole, 2012.

CHRISTENSEN, Clayton M. Tradutor: VEIGA, Laura Prades. *O dilema da inovação*. M.books, 2011.

DAVILA, Tony; EPSTEIN, Marc J; SHELTON, Robert. *As regras da inovação: como gerenciar, como medir e como lucrar*. Bookman, 2007.

EMERSON, Melinda F. Tradutor: ANTONIO, Irati. *A bíblia do empreendedor: torne-se seu próprio chef e em 12 meses*. GENTE, 2013.

PROSPECÇÃO DE BASES DE INFORMAÇÕES TECNOLÓGICAS – 80 AULAS

Objetivo: Familiarizar-se com os recursos de informações tecnológicas disponíveis para desenvolver inovação de ruptura.

Ementa: Habilidades do inovador de ruptura. Investigação em bases de informações tecnológicas (marcas, patentes, programas de computador e desenhos). Sistemas de coleta de informações. Estudo de variáveis relevantes para a análise econômica da inovação tecnológica no Brasil. Estudos de caso sobre empresas e organizações inovadoras. Atividades práticas de busca de informações em bases nacionais e internacionais.

Bibliografia básica:

CHESBROUGH, Henry. *Inovação Aberta: como criar e lucrar com a tecnologia*. Porto Alegre: Bookman, 2012.
CARNEIRO, Jose Guilherme Said Pierre. *Intraempreendedorismo - conceitos e práticas para construção de organizações inovadoras*. Qualitymark, 2013.
COZZI, Afonso; JUDICE, Valeria; DOLABELA, Fernando. *Empreendedorismo de base tecnológica spin-off: criação de novos negócios a partir de empresas constituídas, universidades e centros de pesquisa*. Elsevier Academic, 2012.

Bibliografia complementar:

BESSANT, John; TIDD, Joe. PAVIT, Keith. *Gestão da Inovação*. Porto Alegre: Bookman, 2008.
CARVALHO, Nuno Pires de. *200 anos do sistema brasileiro de patentes: o alvará de 28 de abril de 1809*. Lumen Juris – RJ, 2009.
DYER, Jeff; CHRISTENSEN, Clayton M; GREGERSEN, Hal. *DNA do inovador - dominando as 5 habilidades dos inovadores de ruptura*. HSM, 2012.
GOVINDARAJAN, Vijay; TRIMBLE, Chris. *Beyond the idea how to execute innovation in any organization*. ST. Martin's Press, 2013.
GOVINDARAJAN, Vijay; TRIMBLE, Chris. *Inovação Reversa: descubra as oportunidades ocultas nos mercados emergentes*. Campus RJ, 2012.
LINDERGAARD, Stefan. *A revolução da inovação aberta: a chave da nova competitividade nos negócios*. São Paulo: Évora, 2011.
OSTROWER, Fayga. *Criatividade e processos de criação*. Vozes, 2009.
SILVA, Vander Brusso da. *Marcas e Patentes: Coleção: Resumão 41*. BF&A, 2010.
TAKAHASHI, Sergio; TAKAHASHI, V. *Estratégia de Inovação: Oportunidades e Competências*. Manole, 2011.
TERRA, José Cláudio Cyrineu (Org.). *Inovação: quebrando paradigmas para vencer*. São Paulo: Saraiva, 2007.
TIGRE, Paulo Bastos. *Gestão da Inovação: a economia da tecnologia no Brasil*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

Outros

MANUAL DE OSLO. *Diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação*. Publicação conjunta da OCDE e Eurostat. Versão Brasileira: Financiadora de Estudos e Projetos (Finep). Tradução de Flávia Gouveia. 3.ed. 2005. 184p. Disponível em http://download.finep.gov.br/imprensa/manual_de_oslo.pdf. Acesso em 29 de outubro de 2013.

SCHUMPETER, Joseph Alois. *The Theory of Economic Development*. Cambridge, Massachusetts. Harvard University Press, 1934. In.: MANUAL DE OSLO. *Diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação*. Finep, 2005.

LEI No 10.973, de Inovação tecnológica, de 2 de dezembro de 2004. Dispõe sobre incentivos à inovação e à pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo e dá outras providências.

LEI 11.196, mais conhecida pela Lei do Bem, foi alterada pela lei 11.487, de 15 de junho de 2007. O capítulo III da lei trata de incentivos fiscais para pessoas jurídicas que realizam pesquisa e desenvolvimento de Inovação Tecnológica.

Sites

Revista da Propriedade Industrial, <http://www.inpi.gov.br/portal/>

Bases internacionais - The European Patent Office espacenet <http://www.epo.org/searching/free/register.html>

USPTO - US Patent and Trademark Office - Database <http://patft.uspto.gov/>

ADMINISTRAÇÃO GERAL – 80 aulas

Objetivo: entender as diferentes estruturas organizacionais, considerando sua área de formação; analisar os processos organizacionais e propor soluções.

Ementa: Abordagem básica do Pensamento Administrativo: teorias clássicas da administração até teoria dos sistemas. As Organizações e suas estruturas: conceito de organização, estruturas organizacionais tradicionais e inovativas com organogramas. Funções do administrador. Processos principais e de apoio, fluxograma, ferramentas e indicadores de desempenho. Estudo de Caso

Bibliografia básica:

ARAÚJO, L. C. G. de. *Organização, Sistemas e Métodos e as Tecnologias de Gestão Organizacional: arquitetura organizacional, benchmarking, empowerment, gestão pela qualidade total, reengenharia*: Volumes 1 e 2. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2011.

BATEMAN, T.A., SNELL, S.A. *Administração: novo cenário competitivo*. 2ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MAXIMIANO, A. C. A. *Teoria geral da administração - da revolução urbana a revolução digital*. 7ª ed. Atlas, 2012.

Bibliografia complementar:

CHIAVENATO, Idalberto. *Princípios da Administração: o essencial em teoria geral da administração*. Manole, 2012.

GARETH, M. *Imagens de organização*. Edição Executiva. 2ed. São Paulo: Atlas 2002.

SILVA, R. O. *Teorias da Administração*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.





Outros: www.administradores.com.br; www.fnq.org.br; www.chiavenato.com

CÁLCULO – 80 aulas

Objetivo: Compreender e aplicar os conceitos básicos de cálculo diferencial e Integral de funções de uma variável real.

Ementa: Funções de uma variável. Limites e Continuidade. Derivadas. Aplicações de Derivadas. Introdução ao estudo das Integrais. Uso de softwares e aplicativos como ferramentas auxiliares à resolução de problemas.

Bibliografia básica:

FLEMMING, D. M., GONÇALVES, M. B. *Cálculo A: Funções, limite, derivação, integração*. 6.ed. São Paulo: Prentice Hall Brasil, 2006.

MORETIN, P. A.; HAZZAN, S.; BUSSAB, W.O. *Introdução ao Cálculo para Administração, Contabilidade e Economia*, 1ª.ed. Saraiva, 2009.

STEWART, J. *Cálculo*. 6.ed. São Paulo: Pioneira, 2009.

WAITS, B K, FOLEY, G D, DEMANA, F. *Pré-Cálculo*. Addison Wesley Brasil, 2008.

Bibliografia complementar:

HUGHES-HALLET, D.; GLEASON, A.M.; LOCK, P.F., FLATH, D.E. *Cálculo e Aplicações*. Blucher, 1999.

MORETIN, P. A., HAZZAN, S., BUSSAB, W. O. *Cálculo: Funções de uma e várias variáveis*, ed. Saraiva, 2010.

SILVA, F. C. M; ABRÃO, M. *Matemática básica para decisões administrativas*, 2ª.ed. Atlas, 2008.

COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL – 80 aulas

Objetivo: Conhecer os recursos de gestão da comunicação nas organizações. Dominar o emprego de tecnologias de informação e de comunicação. Ser capaz de planejar, desenvolver e executar estratégias de comunicação, domínio de noções de semiologia e ética, domínio e compreensão de conceitos discursivo-ideológicos, de redação empresarial e técnica.

Ementa: Fundamentos da comunicação: elementos, funções, níveis da linguagem. Fundamentos de Semiologia. Fundamentos de Análise do Discurso. Comunicação integrada. Planejamento de estratégias de relações com públicos de interesse, na comunicação empresarial. Ética, transparência e gestão da informação. Estratégias para gestão de imagem. Elaboração e redação de instrumentos para comunicação com os públicos interno e externo. Redação empresarial e técnica. Comunicação oral: entrevistas e apresentações.

Bibliografia básica:

TAVARES, M. *Comunicação Empresarial e Planos de Comunicação*. São Paulo: Atlas, 2009.

TERCIOTTI, S.H.; MACARENCO, I. *Comunicação Empresarial na prática*. São Paulo: Saraiva, 2010.

TOMASI, C.; MEDEIROS, J. B. *Comunicação Empresarial*. São Paulo: Atlas, 2009. 2ed. 448p.

Bibliografia complementar:

BARBEIRO, Heródoto. *Mídia Training: como usar a mídia a seu favor*. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

BECHARA, Evanildo. *Moderna Gramática Portuguesa: atualizada pelo novo acordo ortográfico*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2009.

BLIKSTEIN, I. *Técnicas de Comunicação Escrita*. São Paulo: Ática, 2006.

BUENO W. C. *Comunicação Empresarial: políticas e estratégias*, São Paulo: Saraiva, 2009.

CASTILHO, Ataliba Teixeira de. *Nova Gramática do Português Brasileiro*. São Paulo: Contexto, 2010.

CHINEM, R. *Introdução à Comunicação Empresarial*. São Paulo: Saraiva, 2010.

FERREIRA, Reinaldo Mathias; LUPPI, Rosaura de Araújo Ferreira. *Correspondência Comercial e Oficial: com técnicas de redação*. 15 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

GOLD, Miriam. *Redação empresarial: escrevendo com sucesso na era da globalização*. 4 ed. São Paulo: Makron, 2010.

INGLÊS I – 40 aulas

Objetivo. Compreender e produzir textos simples orais e escritos; apresentar-se e fornecer informações pessoais e corporativas, descrever áreas de atuação de empresas; anotar horários, datas e locais; reconhecer a entoação e o uso dos diferentes fonemas da língua.

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

Bibliografia básica

HUGES, J et al. *Business result: Elementary Student Book Pack*. Oxford: Oxford University, 2009. IBBOTSON,

Mark et al. *Business Start-up: Student Book 1*. Cambridge: Cambridge University Press, 2009. OXENDEN, C.;

LATHAM-KOENIG, C.; SELEGSON, P. *American English File 1 – Student Book*. New York: Oxford University Press, 2012.

Bibliografia complementar

BARNARD, R., CADY, J., DUCKWORTH, M., TREW, G. *Business Venture: Student book 1 with practice for the TOEIC test*. Oxford: Oxford University Press, 2009.

CARTER, R.; NUNAN, D. *Teaching English to Speakers of other languages*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

COTTON, David et al. *Market Leader: Elementary. Student's Book with Multi-Rom. New Edition.* Pearson Education, Longman, 2008

LONGMAN. *Dicionário Longman Escolar para Estudantes Brasileiros. Português-Inglês/Inglês-Português com CD-Rom. 2ª Edição: Atualizado com as novas regras ed Ortografia.* São Paulo: Pearson Education, 2008.

MURPHY, Raymond. *Essential Grammar in Use CD-Rom with answers.* Third Edition. Cambridge, 2007.

Segundo semestre

Disciplinas / Atividades Denominação	Aulas Semanais	Carga didática semestral Tipo de atividade curricular		
		Teoria	Prática	Total
Projeto Interdisciplinar II – Gestão e Inovação	(2)	--	40	40
Prospecção de Negócios	(4)	40	40	80
Marketing e Inovação	(4)	60	20	80
Legislação Empresarial e Propriedade Industrial	(4)	60	20	80
Estatística	(4)	60	20	80
Economia	(4)	60	20	80
Inglês II	(2)	20	20	40

Componentes curriculares do semestre

PROJETO INTERDISCIPLINAR II – Gestão e Inovação – 40 aulas

Objetivo: Elaborar uma análise prática nos níveis hierárquicos estratégicos, tática e operacional de entidade do terceiro setor (ONG's) e propor melhorias no seu funcionamento.

Ementa: O terceiro setor. Análise Estratégia, análise tática e análise operacional.

Bibliografia básica:

BARBOSA, Maria Nazaré Lins, OLIVEIRA, Carolina Felipe de. *Manual de ONGS Guia Prático de Orientação Jurídica.* São Paulo: FGV: 2013

CASAROTTO FILHO, Nelson. *Elaboração de Projetos Empresariais: Análise Estratégica, Estudo de Viabilidade e Plano de Negócio.* São Paulo: Atlas, 2009.

RENEDO, Juan, CARLINI, Airton. *Marketing Aplicado a Ongs – Como captar recursos e valorizar a marca de sua instituição.* São Paulo: Matrix Editora, 2013.

Bibliografia complementar:

CLARK, Tim; PIGNEUR, Yves; OSTERWALDER, Alexander. *Business model you - o modelo de negócios pessoal.* Alta books, 2013.

FINOCCHIO JR, Jose. *Project Model Canvas.* Campus – RJ, 2013.

LIPPI, Flavia. *Coaching da criatividade - caixa com 100 perguntas para você se descobrir e tornar sua mente muito.* Coleção: Mais Criativa. Matrix Editora, 2012.

OSTERWALDER, Alexander; PIG, Yves. *Business model generation - inovação em modelos de negócios.* Alta Books, 2011.

PROSPECÇÃO DE NEGÓCIOS – 80 aulas

Objetivo: Prospeccionar ideias de negócio. Desenvolver atividades práticas de modelagem e prototipagem, testes e implementação dessas ideias.

Ementa: Levantamento de ideias e descoberta de oportunidades de negócio. Forças competitivas e estratégia empresarial. Prototipagem de ideias e projetos. Ferramentas (*lean startups, canvas, design thinking, etc.*). Atividades práticas de modelagem e prototipagem.

Bibliografia básica:

GOVINDARAJAN, Vijay; TRIMBLE, Chris. *Inovação Reversa: descubra as oportunidades ocultas nos mercados emergentes.* Campus RJ, 2012.

LINDERGAARD, Stefan. *A revolução da inovação aberta: a chave da nova competitividade nos negócios.* São Paulo: Évora, 2011.

OSTERWALDER, Alexander; PIG, Yves. *Business model generation - inovação em modelos de negócios.* Alta Books, 2011.

Bibliografia complementar:

BEACH, Jim. *School for startups: the breakthrough course for guaranteeing small business success in 90 days.* Mcgraw-Hill, 2013.

GOVINDARAJAN, Vijay; TRIMBLE, Chris. *Beyond the idea how to execute innovation in any organization.* ST. Martin's Press, 2013.

TAKAHASHI, Sergio; TAKAHASHI, V. *Estratégia de Inovação: Oportunidades e Competências.* Manole, 2011.

TERRA, José Cláudio Cyrineu (Org.). *Inovação: quebrando paradigmas para vencer.* São Paulo: Saraiva, 2007.

TIGRE, Paulo Bastos. *Gestão da Inovação: a economia da tecnologia no Brasil.* Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

MARKETING E INOVAÇÃO – 80 aulas

Objetivo: Compreender os aspectos estratégicos da inovação para as atividades de Marketing.



Ementa: Evolução, conceitos e tarefas da administração de marketing. Tipos de mercados. Captura de oportunidades. Natureza, objetivo, método e aplicação da pesquisa mercadológica. Conexão com os clientes e comportamento do consumidor. Segmentação de mercado. Composto de Marketing e logística. Marketing de Serviços. Sistema de informação de marketing (SIM). Estratégias mercadológicas. Diferenciação e Inovação em Marketing. Estudos de caso.

Bibliografia básica:

CASAS, Alexandre Luzzi Las. *Diferenciação e Inovação em Marketing*. Saraiva, 2013.

HOLLEY, G J; SAUNDERS, J A; PIERCY, N F. *Estratégia de marketing e posicionamento competitivo*. Prentice-Hall, 2010.

KARTAJAYA, Hermawan; KOTLER, Philip; SETIAWAN, Iwan. *Marketing 3.0 - as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano*. Campus – RJ, 2010.

Bibliografia complementar:

PIPKIN, Alex. *Marketing Internacional uma abordagem estratégica*. Aduaneiras, 2012.

KOTLER, P. *Administração de marketing*. Prentice Hall Brasil, 2006.

CZINKOTA, M. R.; RONKAINEN, I. A. *Marketing internacional*. Cengage, 2008.

LAS CASAS, Alexandre L. *Marketing – Conceitos, Exercícios, Casos*. Atlas, 2009.

ECONOMIA – 80 aulas

Objetivo: Compreender o funcionamento da economia a partir das principais variáveis econômicas, analisar as modificações no desenvolvimento econômico e utilizar os conhecimentos operacionais ligados ao dia a dia da economia.

Ementa: Introdução à economia. Teoria microeconômica. Funcionamento do mercado. Elasticidade. Produção e custos. Estruturas de mercado. Teoria macroeconômica. Políticas econômicas e seus instrumentos. Teoria monetária. Inflação. Setor externo. Crescimento e desenvolvimento econômico.

Bibliografia básica:

MANKIW, N. Gregory. *Princípios de Microeconomia*. Cengage, 2013.

PINHO, D. B.; VASCONCELOS, M. A. *Manual de Economia*. 6.ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

VASCONCELLOS, M A S; GARCIA, M E. *Fundamentos de Economia*. 4.ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

Bibliografia complementar:

JORGE, F. T.; MOREIRA, J. O. C. *Economia: Notas Introdutórias*. 2. Ed. São Paulo: Atlas,

2009 MANKIW, N. Gregory. *Introdução à economia*. Cengage, 2013. PARKIN, M. *Economia*. 8 ed São Paulo: Pearson Brasil, 2009.

SAMUELSON, P. A.; NORDHAUS, W. D. *Economia*, 19ª ed. São Paulo: McGrawHill Bookman, 2012.

VICECONTI, P E V; NEVES, S. *Introdução à Economia*. Frase, 2009.

LEGISLAÇÃO EMPRESARIAL E PROPRIEDADE INDUSTRIAL – 80 aulas

Objetivo: Identificar e interpretar os principais conceitos do direito; compreender a terminologia jurídica; auxiliar na interpretação e solução de situações concretas que envolvam conhecimentos das diversas relações obrigacionais. Compreender e aplicar a legislação de proteção à propriedade intelectual, principalmente no que diz respeito a marcas e patentes.

Ementa: A ciência do Direito. Normas jurídicas. Fontes do direito. Noções do direito: constitucional; administrativo; tributário; civil. Direito Empresarial: a atividade da pessoa do empresário. As sociedades comerciais. Micro-empresas. Lei de falência. Lei da S.A. Código de Defesa do Consumidor. Conjunto de direitos que compreendem as patentes de invenção, os modelos de utilidade, os desenhos ou modelo industrial, as marcas de fábrica, de comércio, ou de serviço, o nome comercial e as indicações de proveniência ou denominações de origem A repressão da concorrência desleal. Propriedade intelectual e industrial: legislação brasileira. Direito internacional e organismos envolvidos com as questões da propriedade industrial.

Bibliografia básica:

IDS. *Comentários a Lei de Propriedade Industrial revista e atualizada*. Renovar, 2013.

NIARADI, G. *Direito Empresarial para Administradores*. Pearson, 2009.

SCUDELER, Marcelo Augusto. *Do Direito das marcas e da propriedade industrial*. Servanda, 2012.

Bibliografia complementar:

GABRIEL, S. *Direito Empresarial*. Ed. DPJ, 2006.

FUHRER, Maximilianus Claudio Américo. *Resumo de Direito Comercial e Empresarial*. Malheiros, 2007.

MAMEDE, G. *Manual de Direito Empresarial*. Atlas, 2007.

POLIDO, Fabricio Bertini Pasquot. *Direito Internacional da propriedade intelectual: fundamentos, princípios e desafios*. Renovar, 2013.

ROQUE, S.J. *Curso de Direito Empresarial*. Ícone Editora, 2006.

Outros

http://www.inpi.gov.br/portal/artigo/converte/pdf/propriedade_intelectual

Lei 9.279, de 14 de Maio de 1996 - Regula os direitos e obrigações relativos à Propriedade Industrial. Convenção da União de Paris

Legislação de propriedade industrial dos países da OMPI



ESTATÍSTICA – 80 aulas

Objetivo: Compreender e aplicar os conceitos de Estatística necessários para a descrição, organização e análise de dados, no apoio à tomada de decisão na área de estudo.

Ementa: Conceitos estatísticos. Gráficos e tabelas. Distribuição de frequência. Medidas de posição. Medidas de dispersão. Probabilidade. Distribuições de probabilidade: variável aleatória discreta e contínua. Correlação e Regressão.

Bibliografia básica:

ANDERSON, D. R.; SWEENEY, D. J.; WILLIAMS, T. A. *Estatística aplicada à administração e economia*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2008.

LEVINE, D. M.; et al. *Estatística – Teoria e aplicações usando o Microsoft Excel*. Rio de Janeiro: LTC, 2008. SPIEGEL, Murray R.; STEPHENS, Larry J. *Estatística*. São Paulo: Bookman, 2009. **Bibliografia complementar:**

Bibliografia complementar:

BRUNI, A. L. *Estatística Aplicada à Gestão Empresarial*. São Paulo: Atlas, 2008.

BUSSAB, W. O.; MORETTIN, P. A. *Estatística Básica*. São Paulo: Saraiva, 2007.

GRIFFITHS, D. *Use A Cabeça! Estatística*. Rio de Janeiro: Alta Books, 2009.

MARTINS, G. A. *Estatística geral e aplicada*. São Paulo: Atlas, 2010.

TRIOLO, M. F. *Introdução à Estatística*. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

INGLÊS II – 40 aulas

Objetivo: Compreender e produzir textos orais e escritos simples; fazer pedidos (pessoais ou profissionais), descrever rotina de trabalho e eventos passados, atender telefonemas, dar e anotar recados simples ao telefone, redigir notas e mensagens simples; reconhecer a entoação e o uso dos diferentes fonemas da língua.

Ementa: Apropriação de repertório relativo a funções comunicativas e estruturas linguísticas apresentadas no Inglês I com o intuito de utilizar as habilidades de compreensão e produção oral e escrita nos contextos pessoal, acadêmico e profissional. Ênfase na oralidade, atendendo às especificidades da área e abordando aspectos socioculturais.

Bibliografia básica:

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

IBBOTSON, Mark et al. *Business Start-up: Student Book 1*. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.

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

Bibliografia complementar:

BARNARD, R., CADY, J., DUCKWORTH, M., TREW, G. *Business Venture: Student book 1 with practice for the TOEIC test*. Oxford: Oxford University Press, 2009.

COTTON, David et al. *Market Leader: Elementary*. Student's Book with Multi-Rom. New Edition.

Pearson Education, Longman, 2008.

RICHARDS, Jack C. *New Interchange: Student Book 1*. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.

Terceiro semestre

Disciplinas / Atividades Denominação	Aulas Semanais	Carga didática semestral Tipo de atividade curricular		
		Teoria	Prática	Total
Projeto Interdisciplinar III – Gestão e Inovação	(2)	--	40	40
Gestão, Modelagem e Prototipagem de Negócios.	(4)	40	40	80
Gestão do Ciclo de Vida do Produto	(4)	60	20	80
Pesquisa Operacional	(4)	60	20	80
Contabilidade Gerencial	(4)	60	20	80
Legislação Tributária e Cálculo de Tributos	(4)	60	20	80
Inglês III	(2)	20	20	40

Componentes curriculares do semestre

PROJETO INTERDISCIPLINAR III – Gestão e Inovação – 40 aulas

Objetivo: Aplicar ferramentas ágeis na modelagem de negócios, devendo compreender o pensamento do modelo de negócios e desenhar o seu próprio modelo atual de negócio pessoal e empresarial. Saber posicionar o valor de sua habilidade no mercado e definir os seus objetivos. Trabalhar com diversas ideias de negócio, efetuar pesquisa de mercado, testar e implementar um laboratório de ideias. **Ementa:** Desenvolvimento do laboratório de ideias de negócios.

Bibliografia básica:

BROWN, Tim. *Design thinking - uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias*. Campus, 2010.

FERREIRA, Luis; PINHEIRO, Tennyson. *Design thinking*. Brasil. Campus, 2011.

JOHNSON, Steven. Tradutor: BORGES, Maria Luiza X. de A. *De onde vem as boas ideias*. Zahar, 2011.

Bibliografia complementar:



ARAÚJO, Carlos Ricardo. *Ideias que espalham - 10 histórias inspirando você a criar, a partir de uma ideia um grande movimento*. Jaboticaba, 2010.

HURSON, Tim. *Pense Melhor: o futuro de sua empresa depende disso ... assim como o seu*. DVS, 2009.

OECH, R.V. *Tenho uma ideia: como ser mais criativo e ter melhores insights*. Best Seller, 2011.

GESTÃO, MODELAGEM E PROTOTIPAGEM DE NEGÓCIOS – 80 aulas.

Objetivo: Projetar plano completo de negócio de um novo empreendimento inovador.

Ementa: Tarefas, práticas e responsabilidades do gestor. Gestão de Mudanças. Análise de riscos de negócio. Fontes de financiamento de projetos. Criação de empresas *startups*. Elaboração de plano de negócio completo

Bibliografia básica:

DORNELAS, Jose Carlos Assis; SPINELLI, Stephen; ADAMS, Robert J. *Criação de Novos Negócios. Empreendedorismo para o Século XXI*. Campus – RJ, 2013.

ROAM, Dan. Tradutor: Araujo, Alessandra Mussi. *Desenhando negócios como desenvolver ideais como pensamento visual e vencer nos negócios*. Campus – RJ, 2011. DRUCKER, Peter. *Gestão. Agir*, 2011.

Bibliografia complementar:

BIZZOTTO, Carlos Eduardo Negrão. *Plano de Negócios para empreendimentos inovadores*. Atlas, 2008.

DORNELAS, Jose Carlos Assis; SPINELLI, Stephen; ADAMS, Robert J. *Criação de Novos Negócios. Empreendedorismo para o Século XXI*. Campus – RJ, 2013.

DORNELAS, Jose. *Plano de Negócios - Exemplos Práticos*. Campus – RJ, 2013.

MEIRA, Silvio. *Novos negócios inovadores de crescimento empreendedor no Brasil*. Casa da Palavra, 2013.

PORTER, Michael. *Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência*. Campus - RJ, 2005.

ROAM, Dan. Tradução de ARAUJO, Alessandra Mussi. *Desenhando negócios*. Campus – RJ, 2011.

GESTÃO DO CICLO DE VIDA DO PRODUTO – 80 aulas

Objetivo: Aplicar um modelo completo e estruturado para a gestão do processo de desenvolvimento de novos produtos.

Ementa: Ciclo de vida dos produtos. Processos de inovação e de desenvolvimento de produtos. Diferenciação e segmentação do mercado. Obsolescência programada. Marketing. Matriz BCG. Matriz de Ansoff. Matriz GE.

Bibliografia básica:

JANSEN, Marcos Garcia. *Gestão de produtos sob o enfoque do marketing*. Simplíssimo, 2013.

ROZENFELD, Henrique et al. *Gestão de desenvolvimento de produtos*. Saraiva, 2005.

SILVA, Sergio Luis da; JUGEND, Daniel. *Inovação e desenvolvimento de produtos práticas de gestão e casos brasileiros*. LTC, 2013.

Bibliografia complementar:

BARBOSA FILHO, Antonio Nunes. *Projeto e desenvolvimento de produtos*. Atlas, 2009.

BAXTER, Mike. *Projeto de produto: guia prático para o desenvolvimento de novos produtos*. São Paulo: Blücher, 2008.

MOREIRA, Julio Cesar Tavares, et al. *Gerência de produtos*. Saraiva, 2003.

MORGAN, James M. *Sistema Toyota de desenvolvimento de produto*. Bookman, 2008.

ROMEIRO F, Eduardo. *Projeto do produto*. Campus, 2009.

CONTABILIDADE GERENCIAL – 80 aulas

Objetivo: Entender conceitos básicos do processo contábil e sua perspectiva gerencial envolvendo custos e orçamentos. Compreender a composição do custo do produto e de seu impacto na formação do preço e do lucro. **Ementa:** Conceituação de contabilidade (contas, métodos, atos, fatos e demonstrativos contábeis) e de contabilidade gerencial. Terminologia e definições da área: despesas e custos. Custos diretos e indiretos. Custos fixos e variáveis. Classificação dos custos / despesas: em função do produto e do volume. Sistema de Custeio: absorção e variável. Custos para decisão: Relação Custo x Volume x Lucro. Margem de contribuição. Ponto de equilíbrio. Análise do custo, volume e lucro. Considerações adicionais sobre Custo X Volume X Lucro. Conceitos básicos de orçamento. Tipos de orçamento. O processo orçamentário completo e seu acompanhamento.

Bibliografia básica:

IUDICIBUS, Sérgio de. MARION, José Carlos. *Curso de contabilidade para não contadores: para as áreas de administração, economia, direito e engenharia*. 7ª edição. São Paulo: Atlas, 2011.

FREZATTI, Fábio. *Orçamento Empresarial, Planejamento e Controle Gerencial*, 5ª edição Atlas. 2009.

MARTINS, Eliseu. *Contabilidade de Custos*. - 10ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

Bibliografia complementar

CREPALDI, Silvio Aparecido. *Curso Básico de Contabilidade de Custos*. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.

DUTRA, Rene Gomes. *Custos uma Abordagem Prática*. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.

EQUIPE DE PROFESSORES DA FEA/USP. Diversos autores. *Contabilidade Introdutória*. Livro texto, 11ª edição. São Paulo: Atlas, 2010.



EQUIPE DE PROFESSORES DA FEA/USP. Diversos autores. *Contabilidade Introdutória*. Livro de exercícios, 11ª edição. São Paulo: Atlas, 2011.

MARTINS, Eliseu e ROCHA, Wellington. *Contabilidade de Custos*. Livro de Exercícios. Atlas, 2010.

NEVES, Silvério das. VICECONTI, Paulo. *Contabilidade Básica*. 15ª Edição. São Paulo: Saraiva. 2012.

LEGISLAÇÃO TRIBUTÁRIA E CÁLCULO DE TRIBUTOS – 80 aulas

Objetivo: Compreender bases da aplicação e observação da legislação tributária no contexto do planejamento tributário empresarial.

Ementa: Aspectos tributários. Sistema tributário nacional e carga tributária brasileira às operações prática das pelo contribuinte. Abordagens para a legislação fiscal e tributária. Sistema tributário e a empresa. Principais impostos. Formas de tributação. Estratégias fiscais no planejamento tributário. Custos tributários.

Procedimentos fiscais. Estudo de casos práticos.

Bibliografia básica:

CARLIN, E L B. *Auditoria, Planejamento e Gestão Tributária*. Juruá, 2012.

PUCCOLI, Rafael Gonzalez Luis; PICOLLI, Karin Rose Mussi Botelho. *Manual de tributos Federais, Estaduais e Municipais*. IOB, 2013.

RIBEIRO, Ricardo Lodi. *Tributos - Teoria Geral e Espécies*. Impetus, 2013.

Bibliografia complementar:

BORGES, J C; REIS, M L As. *Manual dos Impostos Indiretos - IPI, ICMS, ISS*. RJ: Lúmen Juris, 2008.

CASTRO, F A V; OLIVEIRA NETO, A M; SOUZA JR, A A L. *Gestão e Planejamento de Tributos*. FGV, 2011.

CREPALDI, Silvio Aparecido. *Planejamento tributário: teoria e prática*. Saraiva, 2012.

FERNANDES, E C. *Impacto da Lei Nº 11.638/07 sobre os Tributos*. Atlas, 2009.

HIGUCHI, H; HIGUCHI, F.H. *Imposto de renda das empresas*. 38ª ed. São Paulo: IR Publicações, 2013.

MOSQUERA, Roberto Quiroga. *Direito tributário e o Mercado Financeiro e de Capitais*. Dialética, 2009.

YOUNG, Lucia Helena Briski. *Planejamento Tributário*. Juruá, 2009.

PESQUISA OPERACIONAL – 80 aulas

Objetivo: Identificar, compreender, formular e analisar possíveis soluções de Problemas de Programação Linear, além de, aprender e aplicar diferentes técnicas que envolvem problemas em Pesquisa Operacional.

Ementa: Fundamentos da Pesquisa Operacional; Modelos Lineares; métodos de solução gráfica e algoritmo simplex; Aplicações de Programação Linear; Análise de Sensibilidade; Dualidade; Métodos computacionais e software de resolução e análise de problemas de programação linear; Problemas de rede; Programação Inteira; Teoria das Filas.

Bibliografia básica:

ANDRADE, E. L. Introdução à Pesquisa Operacional, ed. LTC, 4ª ed., 2009.

COLIN, C.C. *Pesquisa Operacional 170 Aplicações em Estratégia, Finanças, Logística, Produção, Marketing e Vendas*, 1ª. ed.LTC, 2007.

LACHTERMACHER, G. *Pesquisa Operacional na Tomada de Decisões*, 4ª ed. Prentice Hall, 2009.

Bibliografia complementar:

ARENALES, MORABITO, ARMENTANO. *Pesquisa Operacional Modelagem e Algoritmos*. Elsevier, 2006.

GOLDBARG, M. C. e LUNA, H. P. *Otimização Combinatória e Programação Linear: Modelos e Algoritmos*, Rio de Janeiro, 2ª.ed. Campus, 2005.

MEDEIROS, V Z et al. *Métodos Quantitativos com Excel*, 1ª.ed. Cengage Learning, 2008.

MOREIRA, D. A. *Pesquisa Operacional Curso Introdutório*, 2ª. ed. Cengage, 2010.

INGLÊS III – 40 aulas

Objetivo: Identificar os pontos principais de textos orais e escritos; comunicar-se em situações do cotidiano, descrever habilidades, responsabilidades e experiências profissionais; consolidar descrição de eventos passados; compreender dados numéricos em gráficos; redigir cartas e e-mails comerciais simples; desenvolver a entoação e o uso dos diferentes fonemas da língua.

Ementa: Expansão das habilidades de compreensão e produção oral e escrita por meio de funções comunicativas e estruturas linguísticas apropriadas para atuar nos contextos pessoal, acadêmico e profissional, apresentadas nas disciplinas de Inglês I, Inglês II e Inglês III. Ênfase na oralidade, atendendo às especificidades da área, abordando aspectos socioculturais.

Bibliografia básica:

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

IBBOTSON, Mark et al. *Business Start-up: Student Book 1*. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.

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

Bibliografia complementar:

BARNARD, R., CADY, J., DUCKWORTH, M., TREW, G. *Business Venture: Student book 1 with practice for the TOEIC test*. Oxford: Oxford University Press, 2009.

COTTON, David et at. *Market Leader: Elementary. Student's Book with Multi-Rom*. New Edition. Pearson Education, Longman, 2008.

RICHARDS, Jack C. *New Interchange: Student Book 2*. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.





Quarto semestre

Disciplinas / Atividades	Aulas Semanais	Carga didática semestral		
		Tipo de atividade curricular		
Denominação		Teoria	Prática	Total
Projeto Interdisciplinar IV – Gestão e Inovação	(2)	--	40	40
Gestão Financeira e de Custos	(4)	60	20	80
Logística Empresarial	(4)	60	20	80
Legislação Trabalhista e Cálculo de Encargos	(4)	60	20	80
Gestão de Projetos	(4)	40	40	80
Novas Tecnologias Digitais	(4)	40	40	80
Inglês IV	(2)	20	20	40

Componentes curriculares do semestre

PROJETO INTERDISCIPLINAR IV – Gestão e Inovação – 40 aulas

Objetivo: Exercer atividades de criação de *startups*.

Ementa: Montagem de uma *startup factory*.

Bibliografia básica:

DRAPER, William H., III. *O Jogo das Startups*. Campus – RJ, 2012.

RIES, Eric. Tradutor: SZLAK, Carlos. *A Startup enxuta*. Leya Brasil, 2012.

TORRES, Joaquim. *Guia da Startup - Como startups e empresas estabelecidas podem criar produtos web rentáveis*. Casa do Código, 2013.

Bibliografia complementar:

BEACH, Jim. *School for startups: the breakthrough course for guaranteeing small business success in 90 days*. McGraw-Hill, 2013.

MEIRA, Silvio. *Novos negócios inovadores de crescimento empreendedor no Brasil*. Casa da Palavra, 2013. **Outros**

SEBRAE. *Como elaborar um plano de negócios*. Disponível em:

[http://www.dce.sebrae.com.br/bte/bte.nsf/90790DC06383839F03256FAA006CB0AD/\\$File/NT000A44AE.pdf](http://www.dce.sebrae.com.br/bte/bte.nsf/90790DC06383839F03256FAA006CB0AD/$File/NT000A44AE.pdf)

GESTÃO FINANCEIRA E DE CUSTOS – 80 aulas

Objetivo: Entender os conceitos de finanças e permitir a interpretação do desempenho financeiro do negócio e a gestão de custos.

Ementa: Custo de capital, estrutura de capital e dividendos. Principais métodos de custeamento dos produtos, os sistemas de acumulação de custos e os modelos gerenciais para a tomada de decisão - ponto de equilíbrio e formação de preços baseados em custos. Conceitos de matemática financeira e fundamentos da Gestão Financeira, ambiente financeiro e conceitos financeiros. Fontes de Financiamento. Técnicas de análise e planejamento financeiro. Análise de riscos financeiros do negócio. Administração de capital de giro. Análise do ponto de equilíbrio das operações e alavancagem. Administração de ativos permanentes e investimento de capital.

Bibliografia básica:

FAMA, Rubens; BRUNI, Adriano Leal. *Gestão de custos e formação de preços com aplicações na calculadora HP 12c e Excel*, coleção: Finanças na prática. Atlas, 2013.

MEGLIORINI, E; VALLIM, M A. *Administração financeira: uma abordagem brasileira*. Pearson, 2011.

ROSS, S A; JORDAN, B; WESTERFIELD, R. W. *Administração Financeira*. McGraw-Hill Brasil, 2013.

Bibliografia Complementar:

ASSAF, A; LIMA, G. G. *Curso de Administração Financeira*. Atlas, 2011.

GITMAN, L J. *Princípios da Administração Financeira*, 12ª Ed. Pearson, 2010.

HOJI, M. *Administração Financeira E Orçamentária*. Atlas, 2012.

SAMANEZ, Carlos Patrício. *Engenharia Econômica*. Pearson, 2009.

SILVA, Carlos Alberto Dos Santos Et Al. *Gestão de Custos*, Coleção: Gestão Financeira. FGV, 2008.

LOGÍSTICA EMPRESARIAL – 80 aulas

Objetivo: Reconhecer o sistema logístico e a cadeia de suprimentos.

Ementa: Definição, competências e desenvolvimento da Logística e sua importância na moderna economia. A integração das operações e os recursos da logística. Os suprimentos, as embalagens e a armazenagem. Os modais de transporte. Termos e definições mais comuns na logística: nível de serviço, resposta eficiente e tecnologia da informação. O conceito da gestão da cadeia de suprimentos (Supply Chain Management - SCM). Os Canais de distribuição, características e suas funções e o uso de estratégias de canais de distribuição e os

modelos de atuação. Realização de estudos de caso. Logística Internacional. Logística Reversa. Logística Enxuta.

Bibliografia básica:

BALLOU, R H. *Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos*. Bookman, 2006.
BOWERSOX, Donald J, CLOSS, David J. *Gestão da Cadeia de Suprimentos e Logística*. Atlas, 2010.
CHRISTOPHER, M. *Logística e Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos*. Cengage, 2011.

Bibliografia complementar:

BERTAGLIA, P R. *Logística e Gerenciamento da Cadeia de Abastecimento*. São Paulo: Saraiva, 2009. LEITE, P R. *Logística Reversa*. Prentice Hall, 2009
PIRES, S R. *Gestão da Cadeia de Suprimentos: conceitos, estratégias, práticas e casos*. Atlas, 2009.

LEGISLAÇÃO TRABALHISTA E CÁLCULO DE ENCARGOS – 80 aulas

Objetivo: Compreender e aplicar os principais conceitos da Administração de Pessoal, bem como os cálculos trabalhistas necessários para a inicialização de um a folha de pagamento. Proporcionar o entendimento dos principais aspectos legais relacionados à área trabalhista, previdenciária e de imposto de renda.

Ementa: Histórico da Administração de Pessoal. Conceito de Empregador e Empregado. Admissão e Registro do Funcionário. Cálculos da Folha de Pagamento: proventos (salários mensalistas e horista), horas extras, DSR sobre as horas extras, adicional noturno, adicional de insalubridade, adicional de periculosidade, salário família etc. Descontos: faltas, atrasos e saídas antecipadas injustificadas, contribuição sindical, vale transporte, tabela de incidências de INSS e IRRF, regime de pagamentos caixa e competência. FGTS – Fundo de garantia por tempo de serviço. Décimo terceiro salário (contagem de avos, 1ª e 2ª parcelas etc.).

Bibliografia básica:

CORTEZ, J. C. *Prática Trabalhista – Cálculos*. LTR, 2012.
OLIVEIRA, A. *Cálculos trabalhistas: contribuição sindical, décimo terceiro salário, férias, folha de pagamento, rescisão do contrato de trabalho, saques do FGTS relativos ao aposentado em atividade laboral, vale-transporte*. 25ª ed. Atlas. 2013.
ROCHA, Gisele Mariano Da. *Cálculos trabalhistas para rotinas, liquidação de sentença e atualização*. Livraria do Advogado, 2013.

Bibliografia complementar:

COSTA, A. C.; FERRARI, I; MARTINS, M. R. *Consolidação das Leis do Trabalho*. 37 ed. LTR, 2010.
GONÇALVES, O. U. *Manual do Direito Previdenciário*. Atlas. 2009.
FUHRER, Maximilianus C. A. F.; FUHRER, Maximiliano R. E. F. *Resumo de direito do trabalho*. 29ª ed. Malheiros, 2013.
NASCIMENTO, A. M. *Iniciação ao Direito do Trabalho*. LTR, 2013.
OLIVEIRA, A. *Manual de prática trabalhista*. 44 ed. Atlas, 2012.

Outros

Constituição da República Federativa do Brasil de 1 988. Disponível em: www.planalto.gov.br

GESTÃO DE PROJETOS – 80 aulas

Objetivo: Entender e aplicar o planejamento e a gestão de projetos e avaliar seus resultados.

Ementa: Visão integrada da gestão de projetos; Métodos e técnicas de gestão de projetos; Indicadores de desempenho; Metodologias e Ferramentas de gerenciamento de projetos. Elaboração de um projeto na área do curso.

Bibliografia básica:

PMI. *PMBOK Guia do Conjunto de Conhecimentos em Gerenciamento de Projetos*. Saraiva, 2012.
TORRES, Cleber; LELIS, Joao Caldeira. *Garantia de Sucesso em Gestão de Projetos*. Brasport, 2009.
BRITO, Osias. *Gestão de riscos: uma abordagem orientada a riscos operacionais*. Formato: Epub. Saraiva, 2013.

Bibliografia complementar:

BRITO, P. *Análise e Viabilidade de Projetos de Investimentos*. Atlas, 2007.
DINSMORE, Paul C et al. *AMA - Manual de Gerenciamento de Projetos*. Brasport, 2009.
GIDO, J; CLEMENTS, J. P. *Gestão de Projetos*. Cengage, 2007.

NOVAS TECNOLOGIAS DIGITAIS – 80 aulas

Objetivo: Compreender e utilizar a Internet para os negócios e desenvolver / implantar ações de marketing, comunicação e publicidade *on-line*.

Ementa: Comércio eletrônico e outros negócios desenvolvido com apoio das novas tecnologias digitais (telefonia móvel, internet, web etc.). Como as empresas se adaptam às mudanças ocasionadas pelos novos hábitos digitais. O comportamento do consumidor *on-line*. Marketing na era digital: de conteúdo; nas mídias sociais; *e-mail*; viral. Publicidade *on-line*. Pesquisa de marketing *on-line*. Estudos de caso.

Bibliografia básica:

FELIPINI, Dailton. *Empreendedorismo na Internet* Coleção: e-commerce melhores práticas, V.3. Brasport, 2010.
GABRIEL, M. *Marketing na era digital: conceitos, plataformas e estratégias*. São Paulo: Novatec, 2010.
NEPOMUCENO, Carlos. *Gestão 3.0 - a crise das organizações*. Campus – RJ, 2013.

Bibliografia complementar



ALBERTIN, A L. *Comercio eletrônico: modelo, aspectos e contribuições de sua aplicação*. Atlas, 2010.
 BAREFOOT, D; SZABO, J. *Manual de marketing em mídias sociais*. São Paulo: Novatec, 2010.
 REEDY, J. *Marketing eletrônico: Integrando recursos eletrônicos no processo de marketing*. São Paulo: Thomson Learning, 2007.
 TERRA, Jose Claudio. *Gestão 2.0*. Coleção: Profissional Negócios. Elsevier Trade, 2009.
 TORRES, C. *A Bíblia do marketing digital*. São Paulo: Novatec, 2010.
 VAZ, C. A. *Os 8 Ps do marketing digital*. São Paulo: Novatec, 2011.



INGLÊS IV – 40 aulas

Objetivo: Identificar os pontos principais de textos orais e escritos; comunicar-se em situações de entrevista de emprego; redigir “*application letters*” e currículos vitae; fazer comparações, desenvolver a entoação e o uso dos diferentes fonemas da língua.

Ementa: Desenvolvimento de habilidades linguístico-comunicativas trabalhadas nas disciplinas Inglês I, Inglês II, Inglês III e Inglês IV, com o objetivo de atuar adequadamente nos contextos pessoal, acadêmico e profissional. Ênfase na oralidade, atendendo às especificidades da área e abordando aspectos socioculturais.

Bibliografia básica:

HUGES, John et al. *Business Result: Pre-intermediate*. Student Book Pack. Oxford University Press, 2009.
 IBBOTSON, Mark et al. *Business Start-up: Student Book 2*. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.
 OXENDEN, Clive et al. *American English File: Student’s Book 2*. New York, NY: Oxford University Press, 2008.

Bibliografia complementar:

BARNARD, R., CADY, J., DUCKWORTH, M., TREW, G. *Business Venture: Student book 2 with practice for the TOEIC test*. Oxford: Oxford University Press, 2009.
 CAMBRIDGE. *Cambridge Advanced Learner’s Dictionary with CD-Rom*. Third Edition. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2007.
 CARTER, R.; NUNAN, D. *Teaching English to Speakers of other languages*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.
 COTTON, David et at. *Market Leader: Pre-intermediate*. Student’s Book with Multi-Rom. New Edition. Pearson Education, Longman, 2008.
 DUCKWORTH, Michael. *Essential Business Grammar & Practice - English level: Elementary to Pre-Intermediate*. New Edition. Oxford, UK: Oxford University Press, 2007.
 RICHARDS, Jack C. *New Interchange: Student Book 2*. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.

Quinto semestre

Disciplinas / Atividades	Aulas Semanais	Carga didática semestral		
		Tipo de atividade curricular		
Denominação		Teoria	Prática	Total
Projeto Interdisciplinar V – Consultoria em Gestão e Inovação	(2)	--	40	40
Investimentos e Financiamentos	(4)	40	40	80
Gestão de Varejo	(4)	60	20	80
Gestão de Operação de Serviços	(4)	60	20	80
Gestão de Materiais	(4)	60	20	80
Ética e Responsabilidade Sócio Ambiental	(2)	30	10	40
Espanhol I	(2)	30	10	40
Inglês V	(2)	20	20	40

Componentes curriculares do semestre

PROJETO INTERDISCIPLINAR V – Consultoria em Gestão e Inovação – 40 aulas

Objetivo: Desenvolver atividades de consultoria empresarial em situações reais.

Ementa: Desenvolvimento de consultorias de negócios.

Bibliografia básica:

BERTI, Anelio. *Consultoria e diagnostico empresarial - teoria e prática*. Juruá Editora, 2012.
 OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. *Manual de Consultoria Empresarial*. Atlas, 2012.
 SITA, Mauricio. *Consultoria empresarial métodos e cases dos campeões*. Ser mais, 2013.

Bibliografia complementar:

BRITO, Osias. *Gestão de riscos: uma abordagem orientada a riscos operacionais*. Epub. Saraiva, 2013.

INVESTIMENTOS E FINANCIAMENTOS – 80 aulas

Objetivo: Compreender e aplicar as técnicas econômicas e financeiras para análise e seleção de projetos de investimentos. Conhecer as fontes de recursos para uma melhor escolha no processo de tomada de decisão.

Ementa: Fundamentos da engenharia econômica. Capital próprio. Capital de terceiros. Mecanismos de financiamentos: Operação de banco de desenvolvimento / agências de fomento. Ações e políticas de dividendos.

Fundamentos de investimento de capitais, projeção do fluxo de caixa e do valor residual. Projeto de investimento. Métodos de análise e avaliação de investimentos: *payback*, retorno contábil, VPL, TIR, IL. Problemas com o enfoque da TIR; Incrementabilidade, excludência e restrições de capital, análise de sensibilidade e simulação, árvores de decisão e opções reais.

Bibliografia básica:

ALLEN, F; BREALEY, M A; MYERS, S C. *Princípios de Finanças Corporativas*. Mcgraw-Hill Artmed, 2013.
ASSAF NETO, Alexandre. *Mercado Financeiro*. Atlas, 2012.
FORTUNA, E. *Mercado Financeiro: produtos e serviços*, 19ª ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2013.

Bibliografia complementar:

ANDRADE, Eduardo Leopoldino de. *A decisão de Investir: métodos e modelos para avaliação econômica*. LTC, 2012.
ASSAF N, A. *Finanças Corporativas e Valor*. Atlas, 2012.
CARMONA, C U M. *Finanças Corporativas e Mercados*. Atlas, 2009.
CASAROTTO FILHO, N.; KOPITKE, B. H. *Análise de Investimentos*, 11ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.
SAMANEZ, C.P. *Gestão de Investimentos e Geração de valor*. São Paulo: Pearson, 2007.

GESTÃO DE VAREJO – 80 aulas

Objetivo: Entender aspectos específicos da administração mercadológica de empreendimentos varejistas e de serviços, contextualizando a teoria e a prática do marketing através de abordagens mais aprofundadas nestes segmentos.

Ementa: Evolução e formatos do varejo, sistema de informação de marketing no varejo, segmentação e posicionamento no varejo. Decisões do composto de marketing no varejo. Características e classificação dos serviços varejistas. Decisões do composto de marketing nos serviços de varejo.

Bibliografia básica:

CASAS, Alexandre Luzzi Las. *Marketing de Varejo*. Atlas, 2013.
PARENTE, J. *Varejo no Brasil*. São Paulo: Atlas, 2011.
SERRENTINO, Alberto. *Inovações no varejo - decifrando o quebra-cabeça do consumidor*. Saraiva, 2013.

Bibliografia complementar:

ALBRECHT, K; BRADFORD, L. *Serviços com qualidade: a vantagem competitiva*. Makron Books, 2010.
GRÖNROSS, C. *Marketing: gerenciamento e serviços*. Rio de Janeiro: Campus, 2009.
KOTLER, P. *Administração de marketing*. São Paulo: Prentice Hall, 2010.
LOVELOCK, C.; WRIGHT, L. *Serviços: marketing e gestão*. São Paulo: Saraiva, 2011.

GESTÃO DE OPERAÇÃO DE SERVIÇOS – 80 aulas

Objetivo: Modelar e gerenciar operações de serviços com base nos requisitos definidos pela estratégia de serviços.

Ementa: Mapeamento e implantação dos requisitos de serviços; controle do nível de serviços; monitoramento do nível de satisfação dos usuários do serviço; controle de custos dos projetos de serviços; monitoramento da produtividade dos serviços, dimensionamento dos recursos necessários nas operações de serviços; aplicação dos conceitos de serviços enxutos e seis sigmas no setor de serviços.

Bibliografia básica:

FITZSIMMONS, J. A; FITZSIMMONS, M.J. *Administração de Serviços*. Porto Alegre: Bookman, 2011.
GEORGE, M. L. *Lean Seis Sigma para Serviços*. São Paulo: Qualitymark, 2009.
SLACK, N.; CHAMBERS, S.; JOHNSTON, R.; BETTS, A. *Gerenciamento de Operações e de Processos*. Porto Alegre: Bookman, 2007.

Bibliografia complementar:

CORREA, H. L.; GIANESI, I. G. N. *Administração Estratégica de Serviços*. São Paulo: Editora Atlas, 1994.
CAON, M., CORREA, H. L. *Gestão de Serviços: Lucratividade por meio de operações e de satisfação de clientes*. São Paulo: Atlas, 2002.

GESTÃO DE MATERIAIS – 80 aulas

Objetivo: Saber da importância dos estoques nas empresas e como sua eficiência pode impactar no lucro da organização. Desenvolver as habilidades de tomada de decisão na gestão dos recursos materiais.

Ementa: O papel dos estoques na empresa; tipos de estoque; custo dos estoques (cálculo de lote econômico); classificação ABC dos estoques; Negociações em sistemas de suprimento organizacional; estoques de segurança; Nível de serviço e sua influência nos estoques; sistemas de controle dos estoques.

Bibliografia básica:

GONÇALVES, Paulo Sérgio. *Administração de Materiais*. Campus - RJ, 2013.
MARTINS, P. G.; ALT, P. R. *Administração de Materiais e Recursos Patrimoniais*. Saraiva, 2011.
WANKE, P. *Gestão de Estoques na Cadeia de Suprimentos: Decisões e modelos quantitativos*. Atlas, 2011.

Bibliografia Complementar:

POZO, H. *Administração de Recursos Materiais e Patrimoniais: Uma Abordagem Logística*. Atlas 2010.





ÉTICA E RESPONSABILIDADE SÓCIO AMBIENTAL – 40 aulas

Objetivo: Aplicar conceitos da ética e moral. Desenvolver as dinâmicas da ética nas organizações. Conhecer e analisar os códigos de ética empresarial. Refletir sobre a importância da responsabilidade social empresarial (RSE) para o desenvolvimento sustentável (DS) do planeta, estimulando uma postura crítica e analítica em relação ao papel do profissional na incorporação desta atividade na gestão da empresa.

Ementa: Conceito e fundamentos da ética. Moral e Ética. Construções sociais e suas interfaces com a gestão de pessoas. Ética como base para desenvolvimento organizacional. Conceito e fundamentos da responsabilidade social. Visão dos panoramas: social, ambiental, econômico, empresarial. Desenvolvimento sustentável (DS). Sustentabilidade empresarial. Responsabilidade social empresarial (RSE): valores, transparência e governança corporativa, público interno, meio ambiente, fornecedores, consumidores e clientes, comunidade e governo e sociedade. Ferramentas de gestão para implementação da responsabilidade social no negócio da empresa: diagnóstico, planejamento, implementação. Benefícios da ética e responsabilidade social para as empresas. Diversidade Organizacional.

Bibliografia básica:

ASHLEY, P. A. *Ética e responsabilidade social nos negócios*. Saraiva, 2006.

MACHADO Fº, C. P. *Responsabilidade Social e Governança: o debate e as implicações*. Thomson, 2006. MATOS, F. G. *Ética na Gestão Empresarial*. Saraiva, 2013

Bibliografia complementar:

CAMARGO, M. *Ética na Empresa*. Vozes, 2006.

FARAH, F. *Ética na gestão de pessoas: uma visão prática*. Edições Inteligentes. 2004.

KARKOTLI, G. *Responsabilidade Social Empresarial*. Vozes, 2006.

STEIGLEDER, Annelise M. *Responsabilidade civil ambiental*, Formato: Epub. Livraria do Advogado, 2013. **Outros**

INSTITUTO AKATU. *Responsabilidade Social Empresarial – Percepção do Consumidor Brasileiro 2005*. São Paulo, Instituto Akatu, 2006, disponível em www.akatu.org.br.

INSTITUTO ETHOS. *O compromisso das empresas com as metas do milênio– Volume II Avanços e Desafios*, São Paulo: Instituto Ethos, 2006. Disponível em www.ethos.org.br

INSTITUTO ETHOS. *O que as empresas podem fazer pela erradicação da pobreza*. São Paulo: Instituto Ethos, 2004, disponível em www.ethos.org.br

INSTITUTO ETHOS. *Formulação e Implantação de Código de Ética em Empresas – Reflexões e Sugestões*. São Paulo: Instituto Ethos, 2003, disponível em www.ethos.org.br

ESPAÑHOL I – 40 aulas

AULAS SEMESTRAIS: 40 aulas. TEÓRICAS: 30 aulas, PRÁTICAS: 10 aulas.

Objetivo: Interagir – utilizando estruturas básicas da língua -meta – em espaços profissionais e pessoais; perguntar e responder sobre si mesmo e sobre a vida cotidiana; produzir frases utilizadas em situações concretas e previstas, bem como aproximá-lo de várias culturas; utilizar a língua estrangeira em situações básicas de comunicação.

Ementa: Introdução ao processo de ensino-aprendizagem da língua espanhola sendo contempladas as habilidades de produção e compreensão oral e escrita. Abordagem de situações profissionais específicas, ademais dos aspectos socioculturais e variedades da Língua Espanhola.

Bibliografia básica

AGUIRRE, Blanca. *El español por profesiones 1: La Empresa*. Madrid: SGEL, 1998.

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

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

Bibliografia complementar:

GARCÍA, Ana María Brenes; LAUTERBOM, Wanda. *La comunicación informal en los negocios*. España: Arco Libros, 2002.

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

INGLÊS V – 40 aulas

Objetivo: Compreender os pontos principais de textos orais e escritos; participar de conversas espontâneas, fazendo uso da língua com inteligibilidade; descrever brevemente experiências e expectativas; fornecer justificativas; redigir correspondências comerciais com coesão e coerência; aperfeiçoar a entoação e o uso dos diferentes fonemas da língua.

Ementa: Aprofundamento do uso das habilidades linguístico-comunicativas trabalhadas nas disciplinas Inglês I, Inglês II, Inglês III e Inglês IV, com o objetivo de atuar adequadamente nos contextos pessoal, acadêmico e profissional. O aluno deverá fazer uso das habilidades linguístico-comunicativas em foco com autonomia. Ênfase na oralidade, atendendo às especificidades da área e abordando aspectos socioculturais.

Bibliografia básica:

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

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

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

Bibliografia complementar:

RICHARDS, Jack C. *New Interchange: Student Book 3*. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.

BARNARD, R., CADY, J., DUCKWORTH, M., TREW, G. *Business Venture: Student book 2 with practice for the TOEIC test*. Oxford: Oxford University Press, 2009.

CAMBRIDGE. *Cambridge Advanced Learner's Dictionary with CD-Rom*. Third Edition. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2007.

CARTER, R.; NUNAN, D. *Teaching English to Speakers of other languages*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

COTTON, David et al. *Market Leader: Pre-intermediate*. Student's Book with Multi-Rom. New Edition. Pearson Education, Longman, 2008

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

Sexto semestre

Disciplinas / Atividades	Aulas Semanais	Carga didática semestral		
		Tipo de atividade curricular		
Denominação		Teoria	Prática	Total
Projeto Interdisciplinar VI – Consultoria em Gestão e Inovação	(2)	--	40	40
Políticas Públicas em Empreendedorismo	(4)	60	20	80
Negócios Internacionais	(4)	60	20	80
Gestão de Marcas	(4)	60	20	80
Coaching Empresarial	(4)	40	40	80
Negociação	(2)	20	20	40
Espanhol II	(2)	20	20	40
Inglês VI	(2)	20	20	40

Componentes curriculares do semestre

PROJETO INTERDISCIPLINAR VI – Consultoria em Gestão e Inovação – 40 aulas

Objetivo: Desenvolver atividades de consultoria em situações reais.

Ementa: Internacionalização do plano de negócios. Desenvolvimento de consultorias de negócios internacionais.

Bibliografia básica:

ADNER, Ron. Tradutor: ARAUJO, Alessandra Mussi. *Sob a lupa da inovação*. CAMPUS – RJ, 2012.

IACAFM. *IFRS (International Financial Reporting Standards) - guia prático para formação de consultores e oportunidades de negócios*. Watson, 2013.

ZORZI, Elizabeth. *Empresas em movimento: mudança de cultura para novo patamar de resultado*. Qualitymark, 2013.

POLÍTICAS PÚBLICAS EM EMPREENDEDORISMO – 80 aulas

Objetivo: Perceber elementos (teóricos, históricos, analíticos) para o conhecimento dos processos de produção e implantação de políticas sociais empreendedoras.

Ementa: Estado e Políticas Públicas: definições conceituais, instituições e atores, abordagens analíticas sobre políticas públicas. Conceito de política social. Fatores que influenciam a formação nas políticas sociais e as mudanças em suas trajetórias. Mudanças nas ideias-chave sobre bem-estar e a formação de arranjos sociais mistos entre Estado, família, setor voluntário e mercado, para o financiamento, provisão e distribuição de bens e serviços sociais. O Estado de Bem-Estar Social Conceitos de cidadania, direitos sociais e Estado de Bem-Estar Social Análise comparativa de políticas Empreendedoras no Brasil.

Bibliografia básica:

DIAS, Reinaldo; MATOS, Fernanda. *Políticas Públicas - Princípios, Propósitos e Processos*. Atlas, 2012.

HOCHMANN, Gilberto; ARRETCHE, Martha; MARQUES, Eduardo (org.). *Políticas Públicas no Brasil*. 2ª ed. São Paulo: Hucitec, 2008.

SECCHI, Leonardo. *Políticas Públicas: Conceitos, esquemas de análise, casos práticos*. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

Bibliografia complementar:

Outros

Desenvolvimento de políticas públicas de fomento ao empreendedorismo em estados e municípios – FGV. Disponível em:

http://ceapg.fgv.br/sites/ceapg.fgv.br/files/arquivos/Pesquisa_Empreendedorismo/politicas_publicas_site.pdf

DI GIOVANNI, Geraldo. Estruturas Elementares das Políticas Públicas. Cadernos de Pesquisa. N 82, NEPP, Unicamp. 2009. [meio eletrônico]



Elementos Estruturantes de uma Política Nacional de Empreendedorismo e Negócios, MDIC. Disponível em http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl_1364215966.pdf

Políticas públicas de apoio de fomento ao empreendedorismo e as micro e pequenas empresas, FVG, 2013. Disponível em

http://ceapg.fgv.br/sites/ceapg.fgv.br/files/arquivos/Pesquisa_Empreendedorismo/politicas_publicas_de_foment_o_ao_empreendedorismo_e_as_micro_e_pequenas_empresas.pdf

FREY, Klaus Políticas Públicas: um debate conceitual e reflexões referentes à prática da análise de políticas públicas no Brasil. Planejamento e Políticas Públicas, n. 21, p. 211-259, 2000. [meio eletrônico]

RUA, Maria das Graças. Análise de Políticas Públicas: conceitos básicos. Washington, Indes/BID, 1997, mimeo.

Disponível em: <http://www.ufba.br/~paulopen/AnalisedePolíticasPublicas.doc>. ANPEI - Associação Nacional de Pesquisa e Desenvolvimento e Engenharia das Empresas Inovadoras. *Guia prático de apoio à inovação: Onde e como conseguir apoio para promover a inovação em sua empresa*. ANPEI e MCT - Ministério da Ciência e Tecnologia, 2009. Disponível em: <http://proinova.isat.com.br/>.

SEBRAE. *Inovação e competitividade nas MPEs paulistas*. SEBRAE SP, 2008. Disponível em: http://www.sebraesp.com.br/arquivos_site/biblioteca/EstudosPesquisas/estudos_tematicos/inovacao_competitividade_mpes_paaulistas_2008.pdf.

SEBRAE. *Inovação e Competitividade nas MPEs Brasileiras*. SEBRAE SP, 2009. Disponível em: http://www.sebraesp.com.br/arquivos_site/biblioteca/EstudosPesquisas/estudos_tematicos/inovacao_competitividade_mpes_brasil_2009.pdf.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR. *Desenvolvimento tecnológico e inovação nas Microempresas e empresas de pequeno porte: Fatores de influência*. Secretaria do desenvolvimento da produção - Departamento de micro, pequenas e médias empresas. Fórum Permanente das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, 2007. Disponível em:

[http://bis.sebrae.com.br/GestorRepositorio/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/95C177D17668151C832576E1005E2CE2/\\$File/NT00043C3E.pdf](http://bis.sebrae.com.br/GestorRepositorio/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/95C177D17668151C832576E1005E2CE2/$File/NT00043C3E.pdf).

SEBRAE. *Sobrevivência das Empresas no Brasil*. Coleção Estudos e Pesquisas. SEBRAE, 2013. Disponível em: [http://bis.sebrae.com.br/GestorRepositorio/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/93772f4f62b0716c573d3a9ed5a6a3aa/\\$File/4456.pdf](http://bis.sebrae.com.br/GestorRepositorio/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/93772f4f62b0716c573d3a9ed5a6a3aa/$File/4456.pdf).

SEBRAE. *Sondagem sobre Empreendedorismo Digital*. SEBRAE, 2012. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/estudos-e-pesquisas>.

NEGÓCIOS INTERNACIONAIS – 80 aulas

Objetivo: Compreender o processo de globalização, a integração dos blocos econômicos, o processo de comércio internacional e suas relações.

Ementa: Globalização e estratégia global. A dinâmica competitiva nos mercados globalizados. O processo de internacionalização de empresas: riscos da multinacionalização, estratégias cooperativas. Blocos econômicos e suas relações comerciais. Inserção da organização no mercado internacional. Perfil do executivo internacional.

Bibliografia básica:

KRUGMAN, Paul R. e OBSTFELD, Maurice. *Economia Internacional: teoria e política*. São Paulo. Person Addison Wesley, 2005, 6ªed.

MAIA, JAIME MARIZ DE. *Economia Internacional e Comércio Exterior*. Atlas, 2008.

SALVATORE, Dominick. *Economia Internacional*, 6ª ed. Rio de Janeiro. LTC, 2005.

Bibliografia complementar:

BAUMANN, R.; CANUTO, O; GONÇALVES, R. *Economia internacional: teoria e experiência brasileira*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004 – 9ª reimpressão

CARVALHO, Maria Auxiliadora de; SILVA, César Roberto Leite da. *Economia internacional*. São Paulo: Saraiva, 2006.

CAVES, Richard E., FRANKEL, Jeffrey A. E JONES, Ronald W. *Economia Internacional: comércio e transações globais*. São Paulo. Editora Saraiva, 2001, 8ª ed.

MOCHÓN, F. *Economia - Teoria e Política* 5.ed. McGrawHill Bookman, 2006.

SAMUELSON, P. A.; NORDHAUS, W. D. *Economia* 19.ed. São Paulo: McGrawHill Bookman, 2012.

COACHING EMPRESARIAL – 80 aulas

Objetivo: Apoiar clientes na busca de realização de objetos através de projetos, treinar e gerenciar competências e habilidades pessoais e profissionais, próprias e de equipes, por meio da incorporação de atitudes e ferramentas de autodesenvolvimento.

Ementa: Conceituação sobre *coaching*, mentoria e tutoria. Comportamento humano nas organizações. Estilos de liderança. Resiliência. Resolução de conflitos interpessoais e construção de relacionamentos produtivos e saudáveis no ambiente profissional. Metas para o desenvolvimento de competências pessoais. Níveis de *coaching* (empresa, carreira, pessoal). Dinâmicas de grupo para apropriação das técnicas e ferramentas de coaching.

Bibliografia básica:



MARQUES, Jose Roberto; Carli, Edson. *Coaching de Carreira - Construindo Profissionais de Sucesso*. Ser Mais, 2012.

PERCIA, Andre; SITA, Mauricio. *Manual Completo de Coaching*. Editora Ser Mais, 2011.

RICHARDS, John; PAIVA, Luiz Augusto; MANCILHA, Jairo. *Coaching Passo a Passo*. Qualitymark, 2012.

Bibliografia complementar:

LIPPI, Flavia. *Coaching in a box*. Matrix Editora, 2010.

ZAHAROV, Anna. *Coaching - Caminhos para transformação da carreira e da vida pessoal*. Brasport, 2011.

WHITMORE, John. *Coaching para performance aprimorando pessoas, desempenhos e resultados*. Qualitymark, 2006.

GESTÃO DE MARCAS – 80 aulas

Objetivo: Construir marca para os negócios sob duas perspectivas: empresa e consumidor.

Ementa: Posicionamento, imagem e reputação de marcas. Abordagens psicológicas e antropológicas afeitas às marcas. Manutenção de valor da marca. Estratégias de extensão de marca e de sua internacionalização. Métodos de mensuração do escopo e posicionamento da marca.

Bibliografia básica:

HILLER, Marcos. *Branding - a arte de construir marcas*. Trevisan, 2012.

NEUMEIER, M; NONENMACHER, F, J. *A Empresa orientada pelo design - como construir uma cultura de inovação permanente*. Porto Alegre: Bookman, 2010.

STRUNCK, Gilberto. *Como criar identidades visuais para marcas de sucesso*. Rio Books, 2012.

Bibliografia complementar:

KOTLER, Philip; PFOERTSCH, Waldemar. *Gestão de marcas em mercados B2B*. Bookman Companhia Ed, 2007.

NEUMEIER, M. *The brand gap, o abismo da marca*. Porto Alegre: Bookman, 2008.

TAVARES, Mauro Calixta. *Gestão de marcas - construindo marcas de valor*. Harbra, 2008.

NEGOCIAÇÃO – 40 aulas

Objetivo: 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; Auto avaliação, Legitimidade; Fechamento do acordo.

Bibliografia básica:

CLEGG, Braian. *Negociação - Como Conseguir Acordos com as Pessoas*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2012.

LEMPEREUR, Alain Pekar; COLSON, AURELIEN e DUZERT; YANN. *Método de negociação*. São Paulo: Atlas, 2010.

PESSOA, Carlos. *Negociação Aplicada: Como Utilizar as Táticas e Estratégias para Transformar Conflitos Interpessoais em Relacionamentos Cooperativos*. São Paulo: Atlas, 2010. **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, 2011.

WERNECK, Hamilton. *O profissional do século XXI*. 2. ed. Rio de Janeiro: Record, 2009.

ESPAÑHOL II – 40 aulas

Objetivo: O aluno deverá ser capaz de interagir - de forma simples e breve - com as pessoas em situações cotidianas do ambiente de trabalho; produzir frases utilizadas em situações concretas e previstas. Comentar sobre temas dos âmbitos profissional e pessoal.

Ementa: Aprimoramento do estudo das estruturas linguísticas por meio das habilidades léxicas, fonológicas e sintáticas. Continuidade do processo de aprendizagem da língua-espanhola e abordagem de recursos linguístico-comunicativos e dos gêneros discursivos que contemplem as esferas de atuação profissional.

Bibliografia básica:

BONELL, Pablo. (Org.). *Negócio a la vista. Nivel A2 (Libro +DVD)*. Madrid: Edinumen, 2004.

GARCÍA, Ana María Brenes; LAUTERBOM, Wanda. *La comunicación informal en los negocios*. España: Arco Libros, 2002.

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

Bibliografia complementar

AGUIRRE, Blanca. *El español por profesiones 1: La Empresa*. Madrid: SGEL, 1998.

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

MORENO, Concha; FERNÁNDEZ, Gretel Eres. *Gramática contrastiva del español parabrasileños*. Madrid: SGEL, 2007.



INGLÊS VI – 40 aulas

Objetivo: Participar de reuniões, discussões e apresentações orais com espontaneidade e autonomia; aprofundar a compreensão de textos acadêmicos e profissionais; concordar e discordar, fazer interrupções para expressar seu ponto de vista. Aperfeiçoar entoação e uso de diferentes fonemas da língua de forma a garantir inteligibilidade e fluência nos contatos em ambiente profissional tanto pessoalmente quanto ao telefone ou em videoconferências.

Ementa: Consolidação do uso das habilidades linguístico-comunicativas trabalhadas nas disciplinas Inglês I, Inglês II, Inglês III, Inglês IV, Inglês V e Inglês VI com o objetivo de atuar com autonomia e espontaneidade, nos contextos pessoal, acadêmico e profissional. Ênfase na oralidade, atendendo às especificidades da área e abordando aspectos socioculturais.

Bibliografia básica:

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

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

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

Bibliografia complementar

RICHARDS, Jack C. *New Interchange: Student Book 3*. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.

BARNARD, R., CADY, J., DUCKWORTH, M., TREW, G. *Business Venture: Student book 2 with practice for the TOEIC test*. Oxford: Oxford University Press, 2009.

CAMBRIDGE. *Cambridge Advanced Learner's Dictionary with CD-Rom*. Third Edition. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2007.

CARTER, R.; NUNAN, D. *Teaching English to Speakers of other languages*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

COTTON, David et al. *Market Leader: Pre-intermediate*. Student's Book with Multi-Rom. New Edition. Pearson Education, Longman, 2008

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

OUTROS COMPONENTES CURRICULARES

TRABALHO DE GRADUAÇÃO EM GESTÃO DE NEGÓCIOS E INOVAÇÃO carga horária 160 horas, além das 2400 horas.

Objetivo: O estudante deverá refletir através de um trabalho acadêmico o perfil profissional constante no projeto pedagógico do curso de Tecnologia em Gestão de Negócios e Inovação.

Ementa: Desenvolvimento de atividade de estudo, pesquisa e construção de textos específicos envolvendo conhecimentos e atividades da área da Gestão de Negócios e Inovação, devidamente orientados por docente do curso. O resultado deverá ser apresentado por meio da elaboração de um documento científico / tecnológico: Monografia, Relatório Técnico, Projeto, Análise de Casos, Desenvolvimento (de Instrumentos, Equipamentos, Processos ou Protótipos), Levantamento Bibliográfico etc, com publicação das contribuições.

Bibliografia:

POLITO, R. *Superdicas para um trabalho de conclusão de curso nota 10*. Saraiva, 2008. PRONCHIROLLI, O; PONCHIROLLI, M. *Métodos para a Produção do Conhecimento*. 1ª ed. Atlas, 2011. RITTO, A. C. A.

Metodologia para Produção de Conhecimento - Socialmente Robusto. 1ª ed. Ciência Moderna, 2010.

ESTÁGIO CURRICULAR SUPERVISIONADO EM GESTÃO DE NEGÓCIOS E INOVAÇÃO carga horária de 240 horas, além das 2400 horas.

Objetivo: Dentro do setor da Gestão de Negócios e Inovação, proporcionar ao estudante oportunidades de desenvolver suas habilidades, analisar situações e propor mudanças no ambiente organizacional e societário. Complementar o processo ensino-aprendizagem. Incentivar a busca do aprimoramento pessoal e profissional. Aproximar os conhecimentos acadêmicos das práticas de mercado com oportunidades para o estudante de conhecer as organizações e saber como elas funcionam. Incentivar as potencialidades individuais, proporcionando o surgimento de profissionais empreendedores. Promover a integração da Faculdade/Empresa/Comunidade e servir como meio de reconhecimento das atividades de pesquisa e docência, possibilitando ao estudante identificar-se com novas áreas de atuação. Propiciar colocação profissional junto ao mercado de trabalho, de acordo com a área de interesse do estudante.

Ementa: Aplicar os conhecimentos teóricos adquiridos no curso de Tecnologia em Gestão de Negócios e Inovação em situações reais de desempenho da futura profissão. Realizar atividades práticas, relacionadas a Gestão de Negócios e Inovação, desenvolvidas em empresas da comunidade, sob orientação e supervisão da Faculdade.

Bibliografia:

BIANCHI; ALVARENGA; BIANCHI. *Manual de Orientação - Estágio Supervisionado*. Cengage, 2009.



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

Referências

- [1] ANPEI - Associação Nacional de Pesquisa e Desenvolvimento e Engenharia das Empresas Inovadoras. *Guia prático de apoio à inovação: Onde e como conseguir apoio para promover a inovação em sua empresa*. ANPEI e MCT - Ministério da Ciência e Tecnologia, 2009. Disponível em: <http://proinova.isat.com.br/>.
- [2] FINEP - Biblioteca Virtual de Inovação Tecnológica. <http://inovacaotecnologica.ibict.br/>.
- [3] IDEO. *Design Thinking for Educators*. IDEO LLC, 2012. Disponível em: <http://designthinkingforeducators.com/>.
- [4] MANUAL DE OSLO. *Diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação*. Publicação conjunta da OCDE e Eurostat. Versão Brasileira: Financiadora de Estudos e Projetos (Finep). Tradução de Flávia Gouveia. 3.ed. 2005. 184p. Disponível em http://download.finep.gov.br/imprensa/manual_de_oslo.pdf. Acesso em 29 de outubro de 2013.
- [5] MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR. *Desenvolvimento tecnológico e inovação nas Microempresas e empresas de pequeno porte: Fatores de influência*. Secretaria do desenvolvimento da produção - Departamento de micro, pequenas e médias empresas. Fórum Permanente das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, 2007. Disponível em: [http://bis.sebrae.com.br/GestorRepositorio/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/95C177D17668151C832576E1005E2CE2/\\$File/NT00043C3E.pdf](http://bis.sebrae.com.br/GestorRepositorio/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/95C177D17668151C832576E1005E2CE2/$File/NT00043C3E.pdf).
- [6] SCHERER, Felipe; CARLOMAGNO, Maximiliano. *Gestão da Inovação na Prática: como aplicar conceitos e ferramentas para alavancar a inovação*. Atlas, 2009. Disponível em: http://www.innoscience.com.br/arquivos_download/E-book_download.pdf.
- [7] SEBRAE. *Sobrevivência das Empresas no Brasil*. Coleção Estudos e Pesquisas. SEBRAE, 2013. Disponível em: <http://bis.sebrae.com.br/GestorR>
- [8] [epositorio/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/93772f4f62b0716c573d3a9ed5_a6a3aa/\\$File/4456.pdf](http://repositorio/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/93772f4f62b0716c573d3a9ed5_a6a3aa/$File/4456.pdf).
- [9] SEBRAE. *Sondagem sobre Empreendedorismo Digital*. SEBRAE, 2012. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/estudos-e-pesquisas>.
- SCHERER, Felipe; CARLOMAGNO, Maximiliano. *Práticas dos Inovadores*. Atlas, 2013.
- [10] SEBRAE. *Inovação e competitividade nas MPEs paulistas*. SEBRAE SP, 2008. Disponível em: http://www.sebraesp.com.br/arquivos_site/biblioteca/EstudosPesquisas/estudos_tematicos/inovacao_competitividade_mpes_paaulistas_2008.pdf.
- [11] SEBRAE. *Inovação e Competitividade nas MPEs Brasileiras*. SEBRAE SP, 2009. Disponível em: http://www.sebraesp.com.br/arquivos_site/biblioteca/EstudosPesquisas/estudos_tematicos/inovacao_competitividade_mpes_brasil_2009.pdf.

Sites sobre desenvolvimento de atitudes inovadoras

<http://blog.nwp.org/educatorinnovator/tag/creativity/>

<http://creatinginnovators.com/>

<http://creatinginnovators.com/videos/>

Sumaré, 28 de julho de 2023.



Diretora de Serviços – Área Acadêmica

