

Projeto Pedagógico do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial

1. Objetivos Gerais e Específicos

1.1 Gerais

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

1.2 Específicos

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

1.3 Competências

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

1.4 Perfil Profissional para o egresso

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

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

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

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

- f) Planejar, dirigir e controlar o processo de comunicação da empresa, inclusive em língua estrangeira;
- g) Gerenciar de forma eficaz os Recursos Humanos, Financeiros, Materiais e da Informação;
- h) Implantar modelos inovadores de gestão;
- i) Ter uma visão ampla e crítica da realidade sócio-econômica-cultural; e
- j) Articular-se com diferentes níveis de empresas e instituições públicas ou privadas ou diferentes clientes.

2. Organização Curricular

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

Matriz curricular: Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial

FATECs: Ipiranga, Itaquaquecetuba

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

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

DISTRIBUIÇÃO DAS AULAS POR EIXO FORMATIVO

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

RESUMO DE CARGA HORÁRIA:

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

PROJETO PEDAGÓGICO

Número de vagas iniciais e turnos de funcionamento

1 – Inclui na contabilização de carga mínima conforme CNCST

2 – Atividades não contabilizadas na carga mínima do CNCST

* Calendário com 21 semanas por semestre, sendo consideradas 20 semanas letivas no cômputo da carga horária.

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

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

Normas Legais:

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

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

O curso de Tecnologia em Gestão Comercial, pelo novo Catálogo de Cursos de Tecnologia, pertence ao Eixo Tecnológico de Gestão e Negócios e propõe uma carga horária total de 1.600 horas. A carga horária total de 2.880 horas/aula de atividades ou de 2.400 horas sem contabilizar Estágio e Trabalho de Conclusão de Curso, contemplam assim o disposto na legislação.

PRIMEIRO SEMESTRE

ATIVIDADE		DISTRIBUIÇÃO DA CARGA DIDÁTICA	
Sigla	Denominação	Aulas Semanais	SEMESTRE
			Totais
	AACC	2	40
	Prog. de Integ. Mul. em Tecnol.-	4	80
	Métodos p/Prod. do Conhecimento	2	40
	Estatística Básica	2	40
	Matemática Financeira Aplicada	4	80
	Administração Geral	4	80
	Português I	2	40
	Espanhol I	2	40
	Inglês I	2	40
	Totais	24	480

SEGUNDO SEMESTRE

ATIVIDADE		DISTRIBUIÇÃO DA CARGA DIDÁTICA	
Sigla	Denominação	Aulas Semanais	SEMESTRE
			Totais
	AACC	2	40
	Prog. de Integ. M. em Tecnol.-	4	80
	Sistemas da Informação e B.D	2	40
	Gestão de Processos	4	80
	Cadeia de Suprimentos	4	80
	Contabilidade	2	40
	Português II	2	40
	Espanhol II	2	40
	Inglês II	2	40
	Totais	24	480

TERCEIRO SEMESTRE

ATIVIDADE		DISTRIBUIÇÃO DA CARGA DIDÁTICA	
Sigla	Denominação	Aulas Semanais	SEMESTRE
			Totais
	AACC	2	40
	Prog. de Integ. M. em Tecnol.-	4	80
	Sistemas da Informação Financeira	2	40
	Gestão Financeira e Orçamentária	4	80
	Análise e Demonstrações Contábeis	2	40
	Economia	4	80
	Português III	2	40
	Espanhol III	2	40
	Inglês III	2	40
	Totais	24	480

QUARTO SEMESTRE

ATIVIDADE		DISTRIBUIÇÃO DA CARGA DIDÁTICA	
Sigla	Denominação	Aulas Semanais	SEMESTRE
			Totais
	AACC	2	40
	Prog. de Integ. M. em Tecnol.-	4	80
	Sistemas da Informação em RH	2	40
	Gestão de Pessoas	4	80
	Comunic. Interna e Endomarketing	2	40
	Técnicas de Negociação	2	40
	Liderança e Motivação	4	80
	Responsabilidade Socioambiental	2	40
	Inglês IV	2	40
	Totais	24	480

QUINTO SEMESTRE

ATIVIDADE		DISTRIBUIÇÃO DA CARGA DIDÁTICA	
Sigla	Denominação	Aulas Semanais	SEMESTRE
			Totais
	AACC	2	40
	Prog. de Integ. M. em Tecnol.-	4	80
	Promoção e Merchandising	2	40
	Sistemas da Informação Comercial	2	40
	Gestão de Marketing	4	80
	Publicidade e Propaganda	4	80
	Comportamento do Consumidor	2	40
	Direito do Consumidor	2	40
	Inglês V	2	40
	Totais	24	480

SEXTO SEMESTRE

ATIVIDADE		DISTRIBUIÇÃO DA CARGA DIDÁTICA	
Sigla	Denominação	Aulas Semanais	SEMESTRE
			Totais
	Prog. de Integ. Multidisciplinar em	4	80
	Noções de Qualidade em Serviços	2	40
	Gestão Estratégica	4	80
	Plano de Negócios	4	80
	Direito Comercial e Tributário	2	40
	Empreendedorismo em Negócios	4	80
	Criatividade e Inovação	2	40
	Inglês VI	2	40
	Totais	24	480

2.1 EMENTÁRIO

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

COMUNICAÇÃO

Português I

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

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

Bibliografia Básica:

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

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

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

Bibliografia Complementar:

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

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

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

Português II

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

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

Bibliografia Básica:

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

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

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

Bibliografia Complementar:

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

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

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

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

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

Português III

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

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

Bibliografia Básica:

BARROS, Diana Luz Pessoa de. Teoria semiótica do texto. 5.ed. São Paulo: Ática: 2011.
BRANDÃO, Helena Nagamine. Introdução à análise do discurso. 5.ed. Campinas: Unicamp, 2010.

DISCINI, Norma. A comunicação nos textos. São Paulo: Contexto, 2005.

Bibliografia Complementar:

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

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

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

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

Espanhol I

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

Ementa: Estudo das estruturas linguísticas através das habilidades léxicas, fonológicas e sintáticas. Desenvolvimento da competência comunicativa em nível básico, atendendo às especificidades acadêmico-profissionais da área e abordando aspectos socioculturais da língua

espanhola. Práticas de leitura e compreensão de textos específicos da área de atuação do profissional.

Bibliografia Básica:

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

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

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

Bibliografia Complementar:

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

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

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

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

Espanhol II

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

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

Bibliografia Básica:

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

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

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

Bibliografia Complementar:

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

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

SEÑAS: diccionario para la enseñanza de la lengua española para brasileños. São Paulo: Ática, 2001. MORENO, Concha, FERNÁNDEZ, Gretel Eres. Gramática contrastiva del español para Brasileños. Madrid: SGEL, 2007.

Espanhol III

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

Ementa: Desenvolvimento da competência comunicativa em nível intermediário, atendendo às especificidades acadêmico-profissionais da área e abordando aspectos socioculturais da língua espanhola. Capacidade de compreender e expressar-se de forma simples - em uma negociação. Produção de textos simples e breves da área de atuação do profissional.

Bibliografia Básica:

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

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

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

Bibliografia Complementar:

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

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

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

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

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

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

Inglês I

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

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

Bibliografia Básica:

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

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

Bibliografia Complementar:

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

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

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

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

Inglês II

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

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

Bibliografia Básica:

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

Bibliografia Complementar:

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

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

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

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

Inglês III

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

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

Bibliografia Básica:

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

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

Bibliografia Complementar:

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

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

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

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

Inglês IV

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

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

Bibliografia Básica:

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

Bibliografia Complementar:

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

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

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

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

Inglês V

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

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

Bibliografia Básica:

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

Bibliografia Complementar:

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

RICHARDS, Jack C. Interchange: Student's Book 2. Third Edition. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.

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

POSITIVO INFORMÁTICA. Tell Me More – Nível Avançado. Curitiba, 2007.

Inglês VI

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

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

Bibliografia Básica:

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

Bibliografia Complementar:

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

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

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

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

Sistemas da Informação

Sistemas da Informação e Banco de Dados

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

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

Bibliografia Básica:

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

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

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

Bibliografia Complementar:

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

Sistemas da Informação Financeiros

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

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

Bibliografia Básica:

BRUNI, A L; PAIXAO, R B. Excel Aplicado à Gestão Empresarial. São Paulo: Atlas, 2008.
LEITE, Mario. Acessando banco de dados. Rio de Janeiro: Brasport, 2007.

Bibliografia Complementar:

O'BRIEN, James A. Sistemas de informação e as decisões gerenciais na área da internet. 3.ed. São Paulo: Saraiva, 2010.
LAUDON, Kenneth C. Sistemas de Informação. 4.ed. Rio de Janeiro: LTC, 2002.
STARIR, Ralph M. Princípios de Sistemas de Informações. 4.ed. Rio de Janeiro: LTC, 2002

Sistemas da Informação em Recursos Humanos

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

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

Bibliografia Básica:

LEITE, Mario. Acessando banco de dados. Rio de Janeiro: Brasport, 2007.
BRUNI, A L; PAIXAO, R B. Excel Aplicado à Gestão Empresarial. São Paulo: Atlas, 2008.

Bibliografia Complementar:

VIEIRA, Anderson da Silva. Excel 2010 - Guia Prático e Visual. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011. MANZANO; José Augusto N.G; MANZANO, André Luiz N.G. Estudo dirigido de Microsoft Office Excel 2010 - avançado. São Paulo: Érica, 2010.

Sistemas da Informação Comercial

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

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

Bibliografia Básica:

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

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

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

Bibliografia Complementar:

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

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

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

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

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

BÁSICAS

Administração Geral

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

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

Bibliografia Básica:

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

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

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

Bibliografia Complementar:

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

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

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

Matemática Financeira Aplicada

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

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

Bibliografia Básica:

ASSAF NETO, A., Matemática Financeira e suas Aplicações. São Paulo: Atlas, 2008.
IEZZI, Gelson; HAZZAN, Samuel; DEGENSZAJN, David. Fundamentos de matemática elementar. São Paulo: Atual, 2004. 11 v.
VIEIRA SOBRINHO, José Dutra. Matemática financeira. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

Bibliografia Complementar:

BIANCHINI, E.; PACCOLA, H. Matemática. São Paulo: Moderna, 2004.
MUROLO, Afrânio. Matemática aplicada a Administração, Economia e Contabilidade. 2.ed. São Paulo: Thomson Pioneira, 2011.
PUCCINI, Abelardo de Lima. Matemática financeira: Objetiva e Aplicada. 7.ed. São Paulo: Saraiva, 2006.
SILVA, Sebastião Medeiros. Matemática básica para cursos superiores. São Paulo: Atlas, 2006.

Estatística Básica

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

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

Bibliografia Básica:

DOANE, D P; SEWARD, L E. Estatística Aplicada à Administração e à Economia. Porto Alegre: Mcgraw-Hill, 2008.
KAZMIER, Leonard J. Estatística Aplicada à Administração e Economia. Porto Alegre: Artmed, 2007.
LAPPONI, J. C. Estatística usando Excel. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

Bibliografia Complementar:

SMAILES, Joane. Estatística Aplicada a Administração com Excel. São Paulo: Atlas, 2002.
SWEENEY, D; WILLIAMS, T A; ANDERSON, D R. Estatística Aplicada à Administração e Economia. São Paulo: Thomson Pioneira, 2007.

Economia

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

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

Bibliografia Básica:

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

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

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

Bibliografia Complementar:

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

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

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

GESTÃO

Cadeia de Suprimentos

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

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

Bibliografia Básica:

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

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

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

Bibliografia Complementar:

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

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

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

Gestão de Processos

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

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

Bibliografia Básica:

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

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

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

Bibliografia Complementar:

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

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

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

Gestão Financeira e Orçamentária

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

Ementa: Fundamentos da Gestão Financeira; Técnicas de planejamento financeiro; Análise do ponto de equilíbrio das operações e alavancagem; Administração de ativos permanentes e investimento de capital; Fundamentos de investimento de capitais; Projeção do fluxo de caixa e do valor residual; Técnicas de avaliação de investimentos: payback, retorno contábil, VPL, TIR, IL. Fundamentos da engenharia econômica.

Bibliografia Básica:

ASSAF, A. ; LIMA, G. G. Curso de Administração Financeira. São Paulo: Atlas, 2009.
GITMAN, L J. Princípios da administração financeira, 12.ed. São Paulo: Pearson, 2009.
MEGLIORINI, E; VALLIM, M A. Administração financeira: uma abordagem brasileira. São Paulo: Pearson, 2009.

Bibliografia Complementar:

HOJI, M. Administração Financeira e Orçamentária. São Paulo: Atlas, 2009.
JORDAN, B; ROSS, S A; WESTERFIELD, R. W. Administração Financeira. Porto Alegre: Mcgraw-Hill Brasil, 2008.
JUND, SERGIO. AFO - Administração Financeira e Orçamentária. Rio de Janeiro: Campus, 2009.
SAMANEZ, Carlos Patrício. Engenharia Econômica. São Paulo: Pearson, 2009.
TOSTES, Fernando P. Gestão de risco de mercado: metodologia financeira e contábil. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

Contabilidade

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

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

Bibliografia Básica:

CRUZ; ANDRICH e SCHIER. Contabilidade Introdutória - Descomplicada. Curitiba: Juruá, 2008.
EQUIPE DE PROFESSORES DA FEA/USP. Contabilidade introdutória - Texto. 11.ed. São Paulo: Atlas, 2010.
_____. Contabilidade introdutória - Livro de Exercícios. 11.ed. São Paulo: Atlas, 2011.

Bibliografia Complementar:

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

Gestão de Pessoas

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

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

Bibliografia Básica:

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

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

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

Bibliografia Complementar:

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

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

_____. Planejamento, Recrutamento e Seleção Pessoal. Barueri: Manole, 2008

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

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

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

Comunicação Interna e Endomarketing

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

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

Bibliografia Básica:

BEKIN, Saul F. Endomarketing: Como praticá-lo com sucesso. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

Brum, Analisa de Medeiros, Endomarketing, Porto Alegre: L&PM, 2002.

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

Bibliografia Complementar:

BRUM, Analisa de Medeiros. Endomarketing de A a Z. São Paulo: Integrare, 2010.
MELLO, Rachel. Mapa da comunicação brasileira. Brasília: FSB Comunicações, 2011.

Técnicas de Negociação

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

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

Bibliografia Básica:

LEMPEREUR, Alain Pekar; COLSON, AURÉLIEN e DUZERT; YANN. Método de negociação. São Paulo: Atlas, 2009.
PESSOA, Carlos. Negociação Aplicada: Como Utilizar as Táticas e Estratégias para Transformar Conflitos Interpessoais em Relacionamentos Cooperativos. São Paulo: Atlas, 2008.
CLEGG, Braian. Negociação - Como Conseguir Acordos com as Pessoas. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

Bibliografia Complementar:

DUZERT, Yann (org.). Manual de negociações complexas. Rio de Janeiro: FGV, 2007.
FISHER, Roger; URY, William; PATTON, Bruce. Como chegar ao sim: a negociação de acordos sem concessões. 2. ed. Rio de Janeiro: Imago, 2005.
WERNECK, Hamilton. O profissional do século XXI. 2. ed. Rio de Janeiro: Record, 2005.

Gestão de Marketing

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

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

Bibliografia Básica:

ARMSTRONG, G e KOTLER, P. Princípios de Marketing. São Paulo: Prentice Hall Brasil, 2007.
ROCHA, Telma et al. Fundamentos de Marketing: Conceitos Clássicos - vol. 1. São Paulo: Saraiva, 2006.
FGV. (Equipe). Gestão de Marketing. São Paulo: Saraiva, 2002.

Bibliografia Complementar:

M. C. e MANDETTA, R. Fundamentos do marketing. Campinas: Átomo & Alínea, 2003.
OLIVEIRA, Braulio (org). Gestão de Marketing. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012
BASTA, Darci. Fundamentos de Marketing. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

Publicidade e Propaganda

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

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

Bibliografia Básica:

BARBOSA, Ivan Santo (org.). Os sentidos da publicidade: estudos interdisciplinares. São Paulo: Thompson Learning, 2005.
SANT'ANNA, Armando. Propaganda: teoria, técnica e prática. 7.ed. São Paulo: Pioneira, 2002.
PÚBLIO, Marcelo Abílio. Como planejar e executar uma campanha de propaganda. São Paulo: Atlas, 2008.

Bibliografia Complementar:

COSTA, Rogério da. A cultura digital. São Paulo: Publifolha, 2002.
MAIA, Rousiley e CASTRO, M. Ceres P. Spínola (orgs.). Mídia, esfera pública e identidades coletivas. Belo Horizonte: UFMG, 2006.
PEREZ, Clotilde e BARBOSA, Ivan Santo. Hiperpublicidade: fundamentos e interfaces – vols. 1 e 2. São Paulo: Cengage Learning, 2005.
VILLAÇA, Nizia. Edições do corpo: tecnociência, artes e moda São Paulo: Estação das Letras, 2007.

Promoção e Merchandising

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

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

Bibliografia Básica:

BLESSA, Regina. Merchandising no ponto-de-venda. São Paulo: Atlas, 2006.
DEMETRESCO, Sylvia. Vitrine - construção de encenações. 4.ed. São Paulo: Senac, 2007.

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

Bibliografia Complementar:

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

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

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

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

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

Plano de Negócios

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

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

Bibliografia Básica:

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

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

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

Bibliografia Complementar:

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

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

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

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

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

Gestão Estratégica

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

Ementa: Evolução do pensamento estratégico; Amplitude e Níveis de Planejamento. Análise estratégica: Macroambiente e Ambiente concorrencial; Filosofia de Planejamento. Missão, Visão e Objetivos; Definição das estratégias em nível empresarial; Formulação e análise de cenários e aplicação do Planejamento Estratégico; Organização estratégica: Relação entre estratégia e estrutura organizacional; Implementação de estratégias; Controle estratégico.

Bibliografia Básica:

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

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

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

Bibliografia Complementar:

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

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

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

Noções de Qualidade em Serviços

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

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

Bibliografia Básica:

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

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

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

Bibliografia Complementar:

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

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

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

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

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

INTERDISCIPLINARES

Análise e Demonstrações Contábeis

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

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

Bibliografia Básica:

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

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

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

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

Bibliografia Complementar:

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

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

Liderança e Motivação

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

Ementa: A importância dos processos grupais na formação e no desenvolvimento de lideranças; Conceitos de Grupo e Equipe; Estruturas formais e informais de Grupos e Equipes; Noção de

papéis; Desenvolvimento da percepção empática e os processos de abertura e realimentação; Desenvolvimento de competências coletivas.

Bibliografia Básica:

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

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

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

Bibliografia Complementar:

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

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

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

Empreendedorismo em Negócios

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

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

Bibliografia Básica:

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

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

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

Bibliografia Complementar:

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

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

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

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

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

Jogos de Empresa. São Paulo: Makron, 2001.

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

Comportamento do Consumidor

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

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

Bibliografia Básica:

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

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

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

Bibliografia Complementar:

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

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

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

Responsabilidade Socioambiental

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

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

Bibliografia Básica:

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

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

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

Bibliografia Complementar:

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

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

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

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

Direito do Consumidor

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

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

Bibliografia Básica:

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

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

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

Bibliografia Complementar:

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

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

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

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

Direito Comercial e Tributário

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

Ementa: Sistema Tributário Nacional. Fato Gerador. Tipos de tributos. Princípios e Espécies tributárias. Administração tributária. Contrato de Trabalho. Jornada de Trabalho. Salário e

Remunerações. Direitos elementares trabalhistas. Noções jurídicas de Empresário e Empresa, Estabelecimento e Ponto. Sociedades empresárias. Contratos Empresariais.

Bibliografia Básica:

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

Bibliografia Complementar:

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

ATIVIDADES TRANSVERSAIS/MULTIDISCIPLINARES

Métodos para Produção do Conhecimento

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

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

Bibliografia Básica:

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

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. Fundamentos de Metodologia científica. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2005.

Bibliografia Complementar:

RAMPAZZO, L., Metodologia Científica. São Paulo: Loyola, 2003.

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

Atividades Acadêmico-Científico-Culturais

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

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

Criatividade e Inovação

Objetivo:

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

Ementa:

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

Bibliografia Básica:

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

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

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

Bibliografia Complementar:

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

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

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

PRIMT – Programa de Integração Multidisciplinar em Tecnologia

PRIMT I

Objetivos: Empreender uma experiência pragmática, aplicando em situações reais habilidades e conhecimentos com atitude proativa, construindo dessa forma competências profissionais e diferenciais competitivos. Resgatar conteúdos teóricos estudados nas diversas disciplinas e desenvolver uma postura proativa frente ao processo de aprendizagem.

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

Bibliografia Básica:

- CHIZZOTTI, Antonio. Pesquisa em Ciências Humanas e Sociais. 3. ed. São Paulo: Cortez, 1998.
LAKATOS, E. M. e MARCONI, M. A. Fundamentos de Metodologia Científica. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2005.
SEVERINO, A.J. Metodologia do Trabalho Científico. 23. ed. rev. e ampl. São Paulo: Cortez, 2008.

Bibliografia Complementar:

- LAVILLE, C.; DIONNE, J. A Construção do Saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Porto Alegre: UFMG/ARTMED, 1999.
LUNA, S.V. Planejamento de Pesquisa - Uma introdução. 2.ed. São Paulo: Educ, 2009.
ECO, H. Como se faz uma Tese. 23. ed. São Paulo: Perspectiva, 2010.

PRIMT II

Objetivos: Empreender uma experiência pragmática, aplicando em situações reais habilidades e conhecimentos com atitude proativa, construindo dessa forma competências profissionais e diferenciais competitivos. Resgatar conteúdos teóricos estudados nas diversas disciplinas e desenvolver uma postura proativa frente ao processo de aprendizagem.

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

Bibliografia Básica:

- CHIZZOTTI, Antônio. Pesquisa em Ciências Humanas e Sociais. 7.ed. São Paulo: Cortez, 2005.
LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. Fundamentos de Metodologia Científica. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2010.
SEVERINO, A.J. Metodologia do Trabalho Científico. 23 ed. re. e ampl. São Paulo: Cortez, 2008.

Bibliografia Complementar:

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

VERGARA, S. C. Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração, 4.ed. São Paulo, Atlas, 2010. BARDIN, L. Análise de Conteúdo. Edições 70: Brasil, 2011.

PRIMT III

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

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

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

Bibliografia Básica:

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

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

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

Bibliografia Complementar:

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

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

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

PRIMT IV

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

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

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

Bibliografia Básica:

CHIZZOTTI, Antônio. Pesquisa em Ciências Humanas e Sociais. 7. ed. São Paulo: Cortez, 2005.
LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. Fundamentos de Metodologia Científica. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
SEVERINO, A.J. Metodologia do Trabalho Científico. 23 ed. rev. e ampl. São Paulo: Cortez, 2008.

Bibliografia Complementar:

BAQUERO, Marcello. A Pesquisa Quantitativa nas Ciências Sociais. Porto Alegre: UFRGS, 2009. LEFEVRE, Ana Maria Cavalcanti; LEFEVRE, Fernando. Pesquisa de Representação Social - Um Enfoque Quali-quantitativo. Brasília: Liber Livro, 2010.
THIOLLENT, Michel. Pesquisa-Ação nas Organizações. São Paulo: Atlas, 1997.

PRIMT V

Objetivos: Exercitar as etapas do processo de desenvolvimento do trabalho científico. Organizar seminários de discussão do projeto de pesquisa, sob orientação de professor. Resgatar conteúdos teóricos estudados nas diversas disciplinas e desenvolver uma postura proativa frente ao processo de aprendizagem.

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

Bibliografia Básica:

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Técnicas de pesquisas. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2008. GIL, Antonio Carlos. Como elaborar um projeto de pesquisa. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2009.
SALOMON, D.V. Como fazer monografia. 11 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

Bibliografia Complementar:

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

PRIMT VI

Objetivos: Exercitar as etapas do processo de desenvolvimento do trabalho científico. Organizar seminários de discussão do projeto de pesquisa, sob orientação de professor. Resgatar conteúdos teóricos estudados nas diversas disciplinas e desenvolver uma postura proativa frente ao processo de aprendizagem.

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

Bibliografia Básica:

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

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

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

Bibliografia Complementar:

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. Normalização da Documentação no Brasil. Rio de Janeiro, 2000.

MEDEIROS, João Bosco. Redação Científica: a prática, fichamentos, resumos, resenhas. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

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

OUTROS COMPONENTES CURRICULARES:

Estágio Curricular Supervisionado

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

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

Bibliografia

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

Projeto de Graduação

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

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

Bibliografia Básica:

MARTINS Junior, Joaquim. Como Escrever Trabalhos de Conclusão de Curso. Petrópolis: Vozes, 2008.

MENDES, G; TACHIZAWA, T. Como fazer monografia na prática. Rio de Janeiro: FGV, 2008.

OLIVEIRA, Maria Marly de. Como fazer projetos. Rio de Janeiro: Campus, 2008.

Bibliografia Complementar:

GREENHALGH, Trisha. Como ler artigos científicos. Porto Alegre: Artmed, 2008.

SCHLITTLER, Jose Maria Martins. Como fazer monografias. Campinas: Servanda, 2008.

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

2.2 - PROJETO INTEGRADOR

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

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

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

DA NATUREZA DO PRIMT

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

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

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

DA ORIENTAÇÃO DOS PROFESSORES

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

DA PESQUISA, MONOGRAFIA OU PROJETO.

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

DAS REGRAS DOS SEMESTRES

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

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

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

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

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

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

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

DO TRABALHO ESCRITO

- Será desenvolvido com a finalidade de relatar os resultados das análises referentes aos dados obtidos relativos ao objeto da pesquisa.
- No final do semestre o professor deverá recolher todos os trabalhos escritos.

DA ESTRUTURA DO PRIMT

Capa
Resumo e palavras-chave
Abstract and keywords
Resumen y palabras clave
Introdução (objetivos e problema de pesquisa)
Referencial teórico ou Abordagem teórica
Metodologia
Resultados e discussão
Considerações finais
Referências
Apêndices
Anexos

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

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

DA AVALIAÇÃO DO PRIMT

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

TABELA DE EQUIVALÊNCIAS

Disciplina na matriz antiga/ horas-aula	Disciplina na nova matriz/ horas-aula
Metodologia de Pesquisa (2)	Métodos para a Produção do Conhecimento (2)
Estatística (2)	Estatística Básica (2)
Matemática Comercial (4)	Matemática Financeira Aplicada (4)
Comunicação e Expressão I (2)	Português I (2)
Comunicação e Expressão II (2)	Português II (2)

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