



Educação Profissional Técnica de Nível Médio com Habilitação em  
**Técnico em Administração**  
EIXO TECNOLÓGICO: Gestão e Negócios  
35 aulas semanais

**COMPONENTES CURRICULARES DE APROFUNDAMENTO**

**CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO**

**1ª Série**

**TEORIA GERAL DA ADMINISTRAÇÃO**

**OBJETIVOS:**

Desenvolver a capacidade de atuar nos processos administrativos, aprimorar técnicas e habilidades para que possa melhorar o pensamento e o desempenho profissional.

**EMENTA**

- Organização e Administração: conceitos, objetivos e funções organizacionais.
- Abordagens da Teoria Geral da Administração.
- Abordagem contemporânea do Século XXI.
- Processo de organização (divisão de trabalho, autoridade, centralização e descentralização, estrutura organizacional, organograma e fluxograma).
- PDCO.
- Planejamento, comunicação, liderança, execução e controle.
- Conceitos básicos e aspectos gerais dos temas na organização.
- Administração e suas Perspectivas com suas possibilidades profissionais na área de Marketing

**COMPETÊNCIAS:**

- Identificar e avaliar tipos e modelos de planejamento, buscando atualização e inovação.
- Correlacionar e definir planejamento estratégico, planejamento tático e plano diretor.
- Definir o padrão e a natureza das informações a serem

**HABILIDADES:**

- Organizar dados e informações para o planejamento estratégico, tático.
- Elaborar organogramas gerais e funcionogramas, visando à definição dos parâmetros das delegações de funções e os limites de responsabilidades.

**BASES TECNOLÓGICAS:**

- Conceitos de formação da organização.
- Sistemas de organogramas, fluxogramas e demais representações gráficas dos processos de delegações e atribuições de funções.
- Sistemas e procedimentos de controles internos administrativos e gerenciais.



levantadas nos diversos tipos de planejamento. • Avaliar e organizar informações, estruturando-as de forma a suprir o processo de planejamento. • Conhecer os fundamentos, os objetivos, a estrutura, a organização e o funcionamento da gestão.	• Aplicar procedimentos necessários para operacionalização das atividades planejadas. • Aplicar técnicas de suporte aos sistemas burocráticos e operacionais no tocante à formalização e documentação do planejamento. • Organizar plano de distribuição de trabalho, acompanhar a qualidade da execução e observar prazos na elaboração do planejamento.	• Sistemas de organização e coleta de informações financeiras e operacionais. • Sistemas e métodos de organização de cronogramas. • Sistemas de custos de processos administrativos e tecnológicos. • Influência dos sistemas de gestão para as ações de marketing da instituição.
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

PILLA, Bianca Smith. Fundamentos da Administração. Curitiba: Editora Livro Técnico, 2017.  
MAXIMIANO, Antonio Amaru. **Teoria Geral de Administração**. São Paulo: Atlas, 2000.

### BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CHIAVENATO, Idalberto. **Teoria Geral de Administração**. São Paulo: McGrae-Hill do Brasil, 1987.

MOTTA, Fernando C. P. **Teoria Geral da Administração**: uma introdução. 18ª ed. São Paulo: Pioneira, 1994.

## RECURSOS HUMANOS

### OBJETIVOS:

Capacitar os estudantes a desenvolverem atividades teóricas e práticas para fazer com que o setor de Recursos Humanos realize os objetivos e metas que as organizações almejam.

### EMENTA

- Introdução a Administração de Recursos Humanos.
- Subsistemas de RH (Provisão e Aplicação).
- Subsistemas de RH (Manutenção, Desenvolvimento e Monitoramento).

### COMPETÊNCIAS:

### HABILIDADES:

### BASES TECNOLÓGICAS:



<ul style="list-style-type: none"><li>• Conhecer processos de recrutamento e seleção.</li><li>• Conhecer o processo de avaliação de desempenho.</li><li>• Conhecer processos motivacionais.</li><li>• Correlacionar a política de RH com manutenção, desenvolvimento e monitoramento.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Compreender o plano de cargos e salários.</li><li>• Desenvolver competências na área de procura ativa de emprego e gestão de carreira.</li><li>• Desenvolver o S.I.</li><li>• Desenvolver plano de benefícios (Motivação e Endomarketing).</li><li>• Discutir a relevância e as ofertas de formação ao longo do ciclo vital.</li><li>• Elaborar desenho de cargos e salários.</li><li>• Elaborar o banco de dados.</li><li>• Elaborar relatório de auditoria.</li><li>• Elaborar um planejamento de recursos humanos.</li><li>• Perceber a necessidade de treinamento.</li><li>• Socialização dentro do processo de obtenção de pessoal.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• O novo desafio para a competitividade: gestão de pessoas.</li><li>• Globalização.</li><li>• Implicações para a natureza da competição.</li><li>• Implicações para o gestor de RH, como profissão.</li><li>• Teoria e prática da gestão de aprendizagem organizacional.</li><li>• Valorização do patrimônio intelectual da organização.</li><li>• Sistema de recursos humanos.</li></ul>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

#### BIBLIOGRAFIA BASICA:

COSTA, Érico da Silva. **Gestão de Pessoas**. Curitiba: Editora do Livro Técnico; 2010.  
MARRAS, Jean Pierre. **Administração de Recursos Humanos**. São Paulo: Ed. Saraiva, 14 ed., 2011.

#### BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos Humanos**. Ed. Compacta. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1998.  
MORGAN, G. **Imagens da Organização**. São Paulo: Atlas, 1997.  
VROOM, V.H. **Gestão de pessoas, não de pessoal**. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

2ª Série

LOGÍSTICA



### OBJETIVOS:

Transmitir conceitos sobre a Logística e discutir sobre o desenvolvimento de novos processos ou a melhoria de processos existentes. Desenvolver a capacidade analítica e prescritiva dos alunos para que possam compreender a utilidade e aplicabilidade logística. Relacionar teoria e prática sobre a realidade da temática estudada, os gargalos existentes, as necessidades e perspectivas futuras. Capacitar o aluno a realizar uma análise crítica sobre as atividades logísticas.

### EMENTA

- Histórico e evolução logística.
- Cadeia de abastecimento.
- Logística integrada.
- Fluxos e processos logísticos.
- Logística na economia globalizada.
- Aspectos da logística reversa.
- Cadeia de suprimento globalizada.
- A gestão de transportes e movimentação;
- A gestão de estoques e armazenagem; A gestão da informação e o ciclo de pedidos.
- Abrangência do uso da TI na gestão da cadeia de suprimentos.
- Utilização de Softwares e Hardwares na gestão da cadeia de suprimentos.
- Noções introdutórias sobre administração de materiais e recursos patrimoniais
- Princípios de logística de entrada, de compras, de logística de apoio à produção, armazenagem, gerenciamento de estoques, distribuição física, e transportes.
- Terceirização e colaboração em logística.
- Logística na economia globalizada.
- Aspectos da logística reversa.
- Cadeia de suprimento globalizada.
- A gestão de transportes e movimentação;
- A gestão de estoques e armazenagem; A gestão da informação e o ciclo de pedidos.
- Abrangência do uso da TI na gestão da cadeia de suprimentos.
- Utilização de Softwares e Hardwares na gestão da cadeia de suprimentos.
- Noções introdutórias sobre administração de materiais e recursos patrimoniais.

### COMPETÊNCIAS:

- Apontar os principais conceitos de logística.
- Definir as operações e atividades logísticas.
- Desenvolver os conhecimentos e habilidades acerca da

### HABILIDADES:

- Correlacionar à história e evolução da logística.
- Analisar a importância e os objetivos da logística.
- Identificar as atividades de apoio da logística e reconhecer seus conceitos e características.

### BASES TECNOLÓGICAS:

- Evolução, objetivos, importância e conceitos de logística e *supply chain management*.
- Operações logísticas: suprimento, apoio à produção e distribuição física.



<p>gestão da cadeia de suprimentos.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Conhecer noções de logística reversa e logística internacional.</li><li>• Desenvolver e aplicar a administração de materiais nas empresas modernas.</li><li>• Planejar e monitorar a gestão de estoques de materiais.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Perceber os impactos dos prestadores de serviços logísticos nas atividades da empresa.</li><li>• Relacionar os principais aspectos da Logística Reversa.</li><li>• Discutir os principais aspectos da Logística Internacional.</li><li>• Propiciar o conhecimento dos processos mercadológicos que visem apoiar sistemas contínuos para obtenção de dados sobre o desempenho do mercado.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Atividades chaves da logística: Serviço ao cliente, processamento de pedidos, gestão de estoques e transportes.</li><li>• Atividades de apoio da logística: armazenagem, manuseio de materiais, aquisição, embalagem, programação da produção e gestão de informações.</li><li>• Noções de logística reversa de pós-consumo e de pós-venda.</li><li>• Noções de logística internacional.</li><li>• Sistemas de Informações em logística.</li><li>• Evolução e conceitos da administração de materiais.</li></ul>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**BIBLIOGRAFIA BASICA:**

BOWERSOX, Donald J.; CLOSS, David J. **Logística empresarial**: o processo de integração da cadeia de suprimento. São Paulo: Atlas, 2010.

SENAI-SP. Operações logísticas. 1ª ed. São Paulo: SENAI-SP, 2014.

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:**

BALLOU, Ronald H. **Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

CHRISTOPHER, Martin. **Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos**: criando redes que agregam valor. 2ª ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

**COOPERATIVISMO**

**OBJETIVOS:**

Atuar no planejamento financeiro, na organização, na direção, na captação e nos investimentos de recursos financeiros de uma empresa, seja de pequeno, médio ou de grande porte.



## EMENTA

- Empresas de capital e cooperativas.
- A evolução do conceito de sistemas: do reducionismo e pensamento analítico à incorporação do expansionismo e pensamento sistêmico
- Evolução da doutrina cooperativista.
- Legislação cooperativista.
- Administração em cooperativas.
- Participação e educação do cooperado.
- Controle financeiro de empresas cooperativistas.
- Balanços e demonstrativos.
- Avaliação de eficiência econômica e social da empresa cooperativa.
- Cooperativismo e organização industrial.
- Os processos de decisão nas empresas e nos empreendimentos cooperativos.
- Economia de empresas e estratégias de negócios das empresas cooperativadas.

### COMPETÊNCIAS:

- Compreender a problemática do planejamento cooperativista.
- Compreender a necessidade dos métodos de avaliação cooperativista.
- Identificar os vários métodos de avaliação cooperativista.
- Analisar os valores provenientes de métodos de avaliação cooperativista.

### HABILIDADES:

- Elaboração de planejamento cooperativista e a gestão dos recursos de curto, médio e longo prazo por meio de análise e interpretação de demonstrativos econômico financeiros, a fim de subsidiar a tomada de decisões que maximizem a geração de valor para a cooperativa e seus cooperados.

### BASES TECNOLÓGICAS:

- Os fundamentos do cooperativismo e suas características.
- História do Cooperativismo: principais correntes doutrinárias; principais variáveis que contribuíram para a doutrina cooperativa.
- A estrutura organizacional de uma cooperativa. Funções Administrativas em uma cooperativa.
- Noções de Legislação Cooperativista.
- Melhores práticas de Gestão de Cooperativas nas áreas administrativas. Estudos de Caso.
- As formas de organização cooperativa no agronegócio brasileiro. Visitas Técnicas.
- Sistemas abertos e fechados.
- Caracterização dos Sistemas: objetivo,



		ambiente, recursos, componentes e administração. " A empresa como sistema aberto. <ul style="list-style-type: none"><li>• Enfoque sistêmico aplicado às empresas cooperativas.</li><li>• Ambiente onde estão imersas as empresas do setor cooperativo.</li></ul>
--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA:**

BIALOSKORSKI NETO, S. **Aspectos Econômicos das Cooperativas**. Ed. Mandamentos. São Paulo, 2006.  
OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Manual de gestão das cooperativas: uma abordagem prática**. 4. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2009.  
SACHS, I. **Caminhos para o Desenvolvimento Sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:**

HEIDEMANN, F. G.; SALM, J. F. **Políticas públicas e desenvolvimento: bases epistemológicas e modelos de análise**. Brasília: UNB, 2009.  
RODRIGUES, R. **Cooperativismo: democracia e paz; surfando a segunda onda**. R. Rodrigues, 2008.  
SIMIONI, Flávio José et al. **Lealdade e oportunismo nas cooperativas: desafios e mudanças na gestão**. Rev. Econ. Sociol. Rural [online]. 2009, vol.47, n.3, pp. 739-765. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/resr/v47n3/v47n3a10.pdf>. Acesso em ago./2021.  
ZYLBERSTAJN, D. **Organização de Cooperativas: desafios e Tendências**. Revista de Administração, v.29(3): 23-32, 1994. Disponível em: [http://www.rausp.usp.br/busca/artigo.asp?num\\_artigo=345](http://www.rausp.usp.br/busca/artigo.asp?num_artigo=345). Acesso em ago./2021.

**MARKETING ORGANIZACIONAL**

**OBJETIVOS:**

Desenvolver o conceito de marketing e identificar as vantagens da adaptação do marketing nas organizações.

**EMENTA**

- Conceito e evolução do marketing.
- Análise do mercado e do comportamento dos consumidores.
- Elaboração da estratégia de marketing.



<b>COMPETÊNCIAS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Conhecer, identificar e comparar diversos conceitos do <i>marketing</i>.</li><li>• Identificar os tipos de <i>marketing</i>.</li><li>• Elaborar projetos de <i>marketing</i>.</li></ul>	<b>HABILIDADES:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Avaliar, saber definir e diferenciar as funções dos diferentes conceitos de <i>marketing</i> e suas potencialidades.</li><li>• Aplicar os conhecimentos de <i>marketing</i> no micro e macro ambiente da empresa.</li></ul>	<b>BASES TECNOLÓGICAS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Mercado (externo e interno) - segmentação de mercado.</li><li>• Formas de abordagem de mercado.</li><li>• Etapas de processo de segmentação, potencial e demanda de mercado.</li><li>• Estratégias de posicionamento do mercado.<ul style="list-style-type: none"><li>• Mix de mercado; (4p'S, 4c'S, 4 A'S)</li><li>• Público-Alvo.</li></ul></li></ul>
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA:</b> <p>Apostilas. <b>Código do Consumidor e Código do Fornecedor.</b> KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. <b>Princípios de Marketing.</b> 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. LAS CASAS, Alexandre Luzzi. <b>Administração de vendas.</b> São Paulo: Atlas, 2009. ROSA, Marcos Paulo. <b>Métodos e Ferramentas do Marketing.</b> 1ª ed. Curitiba: Editora LT, 2012.</p> <b>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:</b> <p>COBRA, Marcos. <b>Marketing básico.</b> São Paulo: Atlas, 2009 DIAS, S. R. (Coord.). <b>Gestão de marketing.</b> São Paulo: Saraiva, 2003. GRACIOSO, F. <b>Marketing estratégico:</b> planejamento estratégico orientado para o mercado. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2001. <b>KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing.</b> 12ªed. São Paulo: Prentice Hall, 2006. RICHERS, Raimar — <b>Marketing —</b> Uma visão brasileira. São Paulo: Negócio Editora, 2000, 430p.</p>		

## ROTINAS ADMINISTRATIVAS

### OBJETIVOS:

Compreender os processos e rotinas organizacionais e suas aplicabilidades.



## EMENTA

- Introdução a rotinas administração.
- O Auxiliar Administrativo na Era da Globalização;
- As Organizações na Era do Conhecimento;
- Qualidades e Responsabilidades do Auxiliar de Administração;
- A História das Empresas e seus segmentos de Negócios;
- A Administração e os conceitos de Empregador e de Empregado.

### COMPETÊNCIAS:

- Compreender as atividades administrativas;
- Distinguir as funções e tarefas dos setores;
- Definir as rotinas administrativas;
- Descrever afazeres e procedimentos.

### HABILIDADES:

- Acompanhar e coordenar as atividades administrativas;
- Categorizar deveres de cada setor;
- Elaborar planos de ações das atividades setoriais;
- Aplicar as práticas das rotinas e técnicas administrativas.

### BASES TECNOLÓGICAS:

- Conceitos básicos e introdutórios;
- Tipos de organizações e como são formadas;
- Finalidades e desenvolvimento das organizações;
- Atividades e procedimentos de cada setor da empresa;
- Utilização de formulários e relatórios das atividades laborais;
- Administração do tempo no cumprimento das tarefas;
- Elaboração de textos: redação de cartas, memorandos, anotações em agendas, comunicado interno e externo, e-mails, pronomes de tratamento.

### BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

CINTRA, Margarete Aparecida; JUNQUEIRA, Margarete Paesano da Cunha. **Rotinas administrativas**. São Paulo: KCM, 2008.

SENAC. **Práticas administrativas em escritórios**. São Paulo: Senac, 2007.

GONÇALVES, Claudinei Pereira, **Métodos e técnicas Administrativas**, Curitiba, Editora do Livro Técnico, 2011.

HILST, Sérgio et al. **Gerenciamento de processos de negócios**. São Paulo: Érica, 2007.

CASTIGLIONI, José Antônio de Matos. **Assistente administrativo**. 8. ed. São Paulo, Érica, 2018.

### BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:



OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Sistemas, organização e métodos:** uma abordagem gerencial. 20. ed. São Paulo: Atlas, 2012.  
CAMPOS, Vicente Falconi. **Gerenciamento da rotina:** do trabalho do dia a dia. 9. ed. São Paulo: Falconi, 1994.  
LUPORINI, Carlos Eduardo; PINTO, Nelson M. **Sistemas administrativos:** uma abordagem moderna de O & M. São Paulo: Atlas, 1985.  
PEDROSO, Ediberto Tadeu e outros. **Elaboração, análise e racionalização de formulários.** São Paulo: Atlas, 1983.

### 3ª Série

ECONOMIA		
<b>OBJETIVOS:</b> Proporcionar que os discentes interpretem e apliquem os conceitos econômicos inerentes à administração de empresas.		
<b>EMENTA</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Introdução à Economia.</li><li>• Microeconomia.</li><li>• Macroeconomia.</li></ul>		
<b>COMPETÊNCIAS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Entender a importância da economia.</li><li>• Entender a dinâmica dos sistemas e agentes econômicos.</li><li>• Reconhecer as diferentes estruturas de mercado.</li><li>• Identificar os problemas gerados pela inflação.</li><li>• Reconhecer os problemas gerados pela inflação.</li><li>• Identificar os diferentes tipos de empresas e seu enquadramento na estrutura de mercado.</li></ul>	<b>HABILIDADES:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Estabelecer e identificar os fundamentos históricos da economia.</li><li>• Aplicar os conceitos de sistemas econômicos em negociações.</li><li>• Reconhecer as estruturas de mercado e sua influência no comércio.</li><li>• Definir políticas para as empresas a partir do reconhecimento das ações do governo para o controle da economia.</li></ul>	<b>BASES TECNOLÓGICAS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Evolução histórica da economia.</li><li>• Conceitos fundamentais para a economia.</li><li>• Teorias de funcionamento dos mercados (teoria da demanda, teoria da oferta, equilíbrio do mercado).</li><li>• A teoria do consumidor.</li><li>• Estruturas de mercado: concorrência perfeita e monopolística, monopólio e oligopólio.</li><li>• Conceitos e seus desdobramentos em</li></ul>



<ul style="list-style-type: none"><li>• Entender as políticas utilizadas pelo governo para controlar as operações econômicas.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Analisar o impacto das operações para o equilíbrio da economia nacional.</li><li>• Adquirir noções sobre o balanço de pagamentos do país, como também a política cambial e o combate à inflação.</li></ul>	<p>políticas e contabilidade nacional.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• A inflação, o desemprego e sua problemática relação.</li><li>• O comércio internacional e o balanço de pagamentos.</li></ul>
<p><b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA:</b> FARIA, Luiz Henrique Lima – <b>Fundamentos de Economia</b> – Curitiba, PR – Livro Técnico, 2012. VASCONCELOS, Marco Antonio Sandoval de – <b>Economia: Micro e Macro</b> – 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2011</p> <p><b>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:</b> AMADEO, et al. <b>Distribuição de renda no Brasil</b>. Rio de Janeiro: Paz e Terra. 1991. ROSSETTI, J. P. <b>Introdução à Economia</b>. São Paulo: Atlas, 1991.</p>		

<b>COMUNICAÇÃO E BRANDING</b>		
<p><b>OBJETIVOS:</b></p> <p>Despertar sensações e criação de conexões fortes, que serão fatores relevantes para a escolha do cliente pela marca no momento de decisão de compra.</p>		
<p><b>EMENTA</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Sistemas de comunicação</li><li>• O gerenciamento (branding) e a comunicação de marcas</li><li>• Características de uma marca</li><li>• Evolução histórica do Branding</li><li>• Identidade visual</li><li>• A expressão da marca através de sua programação visual</li><li>• Registro de uma marca</li><li>• Lei 9.279/96, Lei de Propriedade Industrial</li><li>• Gestão e estratégia de marca</li><li>• A nova abordagem do storytelling e métricas para a gestão da marca</li></ul>		
<p><b>COMPETÊNCIAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Planejar, implementar e avaliar estratégias de marcas;</li><li>• Construir plataforma de marca;</li></ul>	<p><b>HABILIDADES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Entender as fases de um projeto de marketing voltado para o branding</li></ul>	<p><b>BASES TECNOLÓGICAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Conceituação e Gestão da Marca</li><li>• Os componentes da Marca</li><li>• Evolução das Marcas</li></ul>



<ul style="list-style-type: none"><li>• Mensurar o brand equity;</li><li>• Entender a experiência de marca;</li><li>• Criar, administrar e posicionar marcas em mercados competitivos;</li><li>• Desenvolver projetos em grupo;</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Identificar etapas para construção da identidade visual e verbal da empresa;</li><li>• Definir valores e cultura da empresa;</li><li>• Estabelecer os propósitos, promessa, atributos e posicionamento de marca;</li><li>• Saber utilizar modelos de mensuração e identificar características do <i>brand equity</i>;</li><li>• Identificar os tipos de experiências de marca (<i>brand experience</i>);</li><li>• Utilizar técnica de <i>brand experience</i>;</li><li>• Desenvolver habilidades para trabalhar em equipe como comunicação, proatividade, confiança, capacidade de mediação, empatia, flexibilidade, dentre outras;</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Diversos conceitos e definições da Marca</li><li>• Propósito e Branding estratégico</li><li>• Arquitetura e Hierarquia das Marcas</li><li>• Tipos de marca (extensões de linha, extensões de marca, multimarcas</li><li>• Brand Equity</li><li>• Sistema de métricas de gestão do valor da marca</li><li>• Top of mind x Share of time</li><li>• A Marca sonora e olfativa</li><li>• Posicionamento e benefícios da Marca</li><li>• Arquétipos de marca</li><li>• e-Branding</li><li>• Humanização de marcas</li><li>• Design de marcas: Símbolos visuais, iconografia e os protagonistas do regime de visibilidade da marca</li><li>• Ranking das Marcas nacionais e internacionais – <i>Interbrand</i></li></ul>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

AAKER, David A. **Marcas: brand equity gerenciando o valor da Marca**. Campus, 1998.  
BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Ed. 70, 1977.  
BOONE, Louis E; KURTZ, David L. **Marketing Contemporâneo**. Cengage Learning, 2009.  
KAPFERER, Jean Noel. **As Marcas, capital da empresa: criar e desenvolver marcas fortes**. Bookman, 2003.  
KOTLER, PHILIP. **Administração de marketing**. São Paulo: Atlas 1990  
KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0**. tradução de Ivo Korytowski. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.  
AAKER, DAVID. & JOACHIMSTHALER, ERICH. **Como construir marcas fortes**. SÃO PAULO. FUTURA, 2000. FARINA, Modesto, PEREZ, Clotilde, BASTOS, Dorinho. **Psicodinâmica das cores em comunicação** – Blucher, 5º ed., 2006  
FONTENELLE, Isleide. **O nome da marca**. São Paulo: Bomtempo, 2002

#### BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

LINNEMAN, R.; STANTON, Jr. J. **Marketing de nichos – uma estratégia vencedora**. São Paulo: Makron Books do Brasil Editora Ltda., 1993.  
MIRSHAWKA, V. **Criando valor para o cliente**. São Paulo: Makron Books do Brasil Editora Ltda., 1993.



RIES, A; TROUT, J. **As 22 consagradas leis do marketing**. São Paulo: Makron Books do Brasil Editora Ltda., 1993.  
\_\_\_\_\_; TROUT, Jack. **Posicionamentos: a batalha por sua mente**. Thonson Learning, 2003.  
TYBOUT, Alice M; CALKINS, TIM. **Branding**. São Paulo: Atlas, 2006.

## ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA

### OBJETIVOS:

Atuar no planejamento financeiro, na organização, na direção, na captação e nos investimentos de recursos financeiros de uma empresa, seja de pequeno, médio ou de grande porte.

### EMENTA

- Fundamentos da Gestão Financeira.
- A estrutura do Departamento Financeiro.
- Capital, Taxas de Juros e de Equivalentes.
- Taxas nominais e efetivas.
- Descontos, Capitalização Composta.
- Fluxo de Caixa.
- Relacionamento bancário.
- Orçamento Empresarial.
- Noções de Aplicações de Investimentos, (caderneta de poupança, renda fixa e variada, fundo de investimento, ações).

### COMPETÊNCIAS:

- Compreender a problemática do planejamento financeiro.
- Compreender a necessidade dos métodos de avaliação empresarial.
- Identificar os vários métodos de avaliação empresarial.

### HABILIDADES:

- Elaboração de planejamento financeiro e a gestão dos recursos de curto e longo prazo por meio de análise e interpretação de demonstrativos econômico financeiros, a fim de subsidiar a tomada de decisões que maximizem a

### BASES TECNOLÓGICAS:

- A gestão financeira à curto prazo.
- Análise de investimentos.
- O financiamento de longo prazo e estrutura de capital.
- O planejamento financeiro de médio e longo prazo.



<ul style="list-style-type: none"><li>• Analisar os valores provenientes de métodos de avaliação apresentados.</li><li>• Avaliar o impacto do risco das taxas de juros e das taxas de câmbio, nas políticas financeiras.</li></ul>	geração de valor para a empresa.	
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------	--

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA:**

ASSAF NETO, Alexandre. **Fundamentos da administração financeira**. São Paulo: Atlas.  
PADOVEZE, Clóvis Luís. **Introdução à administração financeira: texto e exercícios**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, c2011. XI, 303 p  
GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira**. 12. ed. São Paulo: Pearson, 2010. XXIII, 775 p.

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:**

SOUSA, Antonio de. **Gerência financeira para micro e pequenas empresas: um manual simplificado**. Rio de Janeiro: Elsevier: SEBRAE, 2007 143 p  
ASSAF NETO, A. **Matemática financeira e suas aplicações**. São Paulo: Atlas, 2009  
SOUZA, Alceu; CLEMENTE, Ademir. **Decisões financeiras e análise de investimentos: fundamentos, técnicas e aplicações**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. x, 186 p.  
CHIAVENATO, Idalberto. **Administração financeira: uma abordagem introdutória**. Rio de Janeiro: Elsevier, c2006. 116 p.  
GROPPELLI, Angélico A.; NIKBAKHT, Ehsan. **Administração financeira**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2010. XV, 496 p

**DIREITO EMPRESARIAL E TRIBUTÁRIO**

**OBJETIVOS:**

Desenvolver no aluno noções básicas de direito empresarial e dos tipos societários vigentes em nosso país, bem como as normas pertinentes na relação do Fisco com os contribuintes. Aplicar os princípios, regras e instituições atinentes à relação de trabalho.

**EMENTA**

- Histórico do Direito Empresarial e Tributário.
- Ética.
- Estabelecimento empresarial.



- Nome empresarial.
- Tipos societários.
- Direito Tributário (conceitos, princípios, espécies, competência e capacidade ativa).
- Direitos, deveres e penalidades para o empregador;
- Registro em carteira de trabalho.
- Livro registro de empregados.
- Jornada de trabalho;
- Período de descanso, férias e aposentadoria.
- Salário mínimo e horas-extras.
- Descontos salariais permitidos pela legislação.
- Aviso prévio.
- Organização sindical e terceirização.
- Negociação com sindicatos e outras entidades
- Rescisão contratual.

<b>COMPETÊNCIAS:</b>	<b>HABILIDADES:</b>	<b>BASES TECNOLÓGICAS:</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Conhecer aspectos gerais das obrigações profissionais dos empresários comerciais, noções gerais das sociedades comerciais, bem como ter uma visão ética e geral do Direito e sua potencial utilização na gestão empresarial.</li><li>• Construir uma noção básica sobre os direitos e os deveres dos trabalhadores e empregadores.</li><li>• Correlacionar o significado dos tributos e suas abrangências.</li><li>• Identificar exigências fiscais legais nas operações.</li><li>• Conhecer os principais aspectos da consolidação das leis do trabalho;</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Entender os ramos do direito e suas ligações com o exercício da profissão.</li><li>• Aplicar na prática os conceitos básicos de direito empresarial e trabalhista nas rotinas administrativas.</li><li>• Identificar os principais impostos e tributos e sua aplicação nos documentos fiscais.</li><li>• Distinguir os conceitos de empregador e empregado.</li><li>• Identificar os documentos ligados ao direito do trabalho.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• O marco de nascimento do direito empresarial.</li><li>• Abordagem do código civil.</li><li>• Caracterização da atividade de empresário.</li><li>• Caracterização dos tipos de empresas.</li><li>• Normas legais em relação ao nome empresarial.</li><li>• Definição e aplicabilidade dos tributos.</li><li>• Diferença entre competência tributária e capacidade ativa tributária.</li><li>• Sujeito passivo e ativo na relação tributária.</li><li>• Principais características jurídicas sobre o conceito de empregado e empregador e os requisitos que compõem o vínculo empregatício.</li><li>• Os direitos descritos na Carta Magna.</li></ul>



- Diferença entre norma coletiva de trabalho e convenção coletiva de trabalho.
- Principais direitos e deveres do empregado e do empregador.
- Do contrato tácito e expresso de trabalho.
- Das observâncias em relação ao registro na CTPS.
- Procedimentos obrigações quanto ao registro de livros de empregados.
- Negociação com sindicatos e outras entidades.
- Observâncias das normas legais em relação a rescisão contratual.

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA:**

CONTRIM, Gilberto – **Direito Fundamental, Instituições de Direito Público e Privado** – São Paulo: Saraiva, 2009.

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:**

BRANCHIER, Alexsander; DAHER, Juliana Tessolini D. **Direito e Legislação Aplicada**. – Ed. Ibpex, São Paulo, 2006.

BULGARELLI, Waldirio. **Direito empresarial moderno**. Rio de Janeiro: Forense, 1992.

COMPARATO, F. K. **Direito empresarial**. Rio de Janeiro: Saraiva, 1995.

DE PLÁCIDO E SILVA. **Noções práticas de direito comercial**. Rio de Janeiro: Forense, 1992.

## GESTÃO DE PRODUÇÃO E QUALIDADE

### OBJETIVOS:

Capacitar o aluno a adotar ações para a melhoria da qualidade dos resultados da organização.

### EMENTA

- O enfoque da disciplina está na Qualidade Total, na melhoria contínua dos processos e nos sistemas de qualidade e produção, como instrumentos estratégicos da administração de negócios.
- A sua abordagem é a de mostrar como os instrumentos de aperfeiçoamento contínuo tanto de bens e serviços, como também da gestão do negócio, podem ser meios eficientes para melhorar a competitividade da empresa no mercado local e internacional.



<b>COMPETÊNCIAS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Desenvolver métodos de apoios para melhorias organizacionais.</li><li>• Aplicar as ferramentas da qualidade e o ciclo PDCA como ferramenta para solução e melhorias.</li><li>• Compreender os processos de certificação.</li><li>• Planejar, organizar, coordenar e controlar as etapas da qualidade.</li></ul>	<b>HABILIDADES:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Aplicar conceitos da qualidade do produto, processo e organização, localizando a ISO 9000 no contexto da qualidade.</li><li>• Identificar e aplicar ferramentas da qualidade usando o PDCA nos processos de mudanças da organização.</li><li>• Aplicar técnicas de gestão na solução de problemas, buscando a qualidade dos serviços conforme as normas internas da organização.</li></ul>	<b>BASES TECNOLÓGICAS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Fundamentos históricos, evolução e conceituação da qualidade e produção.</li><li>• Qualidade da organização.</li><li>• Compreensão das ferramentas gerenciais e operacionais da qualidade.</li><li>• <i>Brainstorming</i> e 5w2h.</li><li>• Certificação de sistemas de gestão de qualidade.</li><li>• Sistemas informatizados de gestão da qualidade.</li><li>• Medidas de desempenho e custos da qualidade.</li><li>• Normas ISO.</li></ul>
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA:</b> <p>MOREIRA, Daniel Augusto. <b>Administração da Produção e Operações</b>. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.</p> <p>OLIVEIRA, M.; SHIBUJA, K. <b>ISO9000</b>: guia de implantação. São Paulo: Atlas, 1996.</p> <p>PEINADO, Jurandir e GRAEML, Alexandre Reis. <b>Administração da produção</b>: operações industriais e de serviços. Curitiba: UnicenP, 2007.</p> <p>RUSSOMANO, Victor Henrique. <b>Planejamento e controle da produção</b>. 5. ed. São Paulo: Pioneira, 1995.</p> <p>SLACK, N. <b>Administração da produção</b>. São Paulo: Atlas, 1996.</p> <b>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:</b> <p>CORREA, Henrique L. <b>Just-in Time, MRP II, OPT</b>: um enfoque estratégico. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1993.</p> <p>HAMMER, Michael: <b>Além da reengenharia</b>. 1. ed. R. de Janeiro: Campus, 1997.</p>		



## PLANEJAMENTO DE INVESTIMENTOS

### OBJETIVOS:

Aprender a desenvolver uma ideia bem-sucedida, a começar por um plano bem planejado. Direcionar as ações, avaliar cenários e entender possíveis riscos, e claro, tomar decisões mais assertivas e, conseqüentemente, obter melhores resultados.

### EMENTA

- Conceito de Plano de Investimentos;
- A importância de um plano de investimento;
- Como montar um plano de investimento;
- Possibilidades de Carteiras;
- Avaliar e replanejar.

### COMPETÊNCIAS:

- Construir planos de investimentos com metas e prazos bem estabelecidos e segui-los;
- Construir uma carteira de investimentos congruente com o perfil do investidor, com a análise e riscos e objetivos;
- Entender através das contínuas avaliações da carteira de investimentos e, tomar as atitudes necessárias para otimizar a carteira minimizando os erros;
- Avaliar as variações econômicas no Brasil e no mundo e relacioná-las ao mercado de investimentos.

### HABILIDADES:

- Estabelecer metas e criar cronogramas;
- Conhecer as possibilidades para a carteira de investimentos (carteira de *Small Caps*, carteira de *Value Investing*, carteira de Ações, carteira de Renda Fixa, carteira por Perfil do Investidor, carteira de Previdência Privada, carteira de Fundos Imobiliários e carteiras de Análise Técnica);
- Realizar Avaliações contínuas da carteira de investimentos;
- Entender a relação entre as taxas de juros adotadas no país e a inflação;
- Entender a relação entre as variações das principais moedas do mundo e a brasileira;
- Avaliar as variações econômicas no Brasil e no

### BASES TECNOLÓGICAS:

- Conceito de Plano de Investimentos (objetivos, avaliação de riscos, prazos, Valores); a importância de um plano de investimento;
- Como montar um plano de investimento;
- Entenda o perfil do investidor de acordo com seu orçamento pessoal;
- Metas e Cronogramas;
- Carteira de investimentos e a diversificação dos investimentos;
- Análise de riscos;
- Carteira de dividendos, carteira de *Small Caps*, carteira de *Value Investing*, carteira de Ações, carteira de Renda Fixa, carteira por Perfil do Investidor, carteira de Previdência Privada, carteira de Fundos Imobiliários e carteiras de Análise Técnica.
- Avaliação e correção de rotas;



	mundo e relacioná-las ao mercado de investimentos;	● Estudos acerca da economia Mundial e suas interferências no Brasil – Variação das taxas de Juros, Inflação, principais moedas e criptomoedas.
--	----------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

#### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA:**

CERBASI, Gustavo. **Investimentos Inteligentes**, 1. ed. 1999.

GRAHAM, Benjamin. **O investidor inteligente**. 1. ed. HarperCollins. 2016.

DAMODARAN, Aswath. **Filosofias de Investimento. Estratégias Bem-Sucedidas e os Investidores**. QualityMark. 2017.

SILVA, Frederico. **Aprenda a Investir: Do Planejamento À Execução**. Independently Published, 2018.

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:**

MOREAU Pierre, BARTUNEK Florian, NAPOLITANO Giuliana. **Fora da Curva**. Os Segredos dos Grandes Investidores do Brasil e o que Você Pode Aprender com Eles. 1ª ed. Portfolio 2016.

## **GESTÃO PÚBLICA**

### **OBJETIVOS:**

Compreender as principais características do setor público brasileiro, bem como as relações entre Estado, Governo e Mercado. Compreender as práticas atuais da Gestão Pública nas diversas esferas da estrutura administrativa.

### **EMENTA**

- Origens e princípios da Administração Pública
- Introdução e contextualização histórica e teórica das relações entre Estado, Governo e Mercado;
- Administração Pública como estratégia para a produção dos serviços públicos: Tipos de instituições e organizações, Serviços Públicos, Elaboração e avaliação de projetos, Políticas Públicas;
- Noções de Compras, Contratos e Licitações: Lei 8.666/93.
- As formas não governamentais de prestação dos serviços públicos: Terceiro setor e Responsabilidade social;



- Os principais modelos de Administração Pública: O modelo Burocrático e o modelo Gerencial (Nova Administração Pública)
- Gestão de Pessoas no setor público
- Novas tendências na administração pública: Governança e Transparência, Governo Eletrônico, Administração por resultados, Parceria Público-privada, Gestão em redes, Marketing no setor público.

<b>COMPETÊNCIAS:</b>	<b>HABILIDADES:</b>	<b>BASES TECNOLÓGICAS:</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Desenvolver métodos de apoios para melhorias nos serviços públicos;</li><li>• Aplicar as ferramentas da qualidade na administração pública;</li><li>• Compreender os processos da administração pública;</li><li>• Planejar, organizar, coordenar e controlar as etapas dos processos da administração pública.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Aplicar conceitos da administração pública no contexto atual da sociedade;</li><li>• Identificar e aplicar ferramentas para a desburocratização da máquina pública;</li><li>• Aplicar técnicas de administração pública na solução de problemas, buscando a qualidade dos serviços públicos.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Origens e Princípios da Administração pública (aspectos históricos, conceituais e legais)</li><li>• A relação entre Estado, Governo e Mercado</li><li>• O ciclo de políticas públicas</li><li>• Modelos de gestão pública</li><li>• Planejamento governamental e a produção de serviços públicos</li><li>• Planejamento estratégico na gestão pública</li><li>• Tipos de instituições e organizações públicas</li><li>• Terceiro setor e Responsabilidade social</li><li>• Gestão de pessoas no setor público</li><li>• Noções de Compras, Contratos e Licitações: Lei 8.666/93.</li><li>• Novas tendências na administração pública: <i>Governança e Transparência, Governo Eletrônico, Administração por resultados, Parceria Público-privada, Gestão em redes, Marketing no setor público.</i></li></ul>

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA:**

BOBBIO, Norberto. **Estado, governo, sociedade:** para uma teoria geral da política. 11. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2004.  
COELHO, Ricardo C. **Estado, governo e mercado.** Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração / UFSC; [Brasília]: CAPES: UAB, 2009. Disponível em:



<https://educapes.capes.gov.br/bitstream/capes/145389/1/PNAP%20-%20Modulo%20Basico%20-%20GP%20-%20Estado%20Governo%20e%20Mercado.pdf>

DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. **Parcerias na Administração Pública**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2006.>

Disponível

em:

[https://educapes.capes.gov.br/bitstream/capes/401283/1/elaboracao\\_e\\_avaliacao\\_de\\_projetos-GPM-online-atualizado.pdf](https://educapes.capes.gov.br/bitstream/capes/401283/1/elaboracao_e_avaliacao_de_projetos-GPM-online-atualizado.pdf)

GRANJA, Sandra Inês B. **Elaboração e avaliação de projetos**. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração / UFSC; [Brasília]: CAPES: UAB, 2010.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. **Planejamento Estratégico**. 22ª ed. São Paulo: Atlas, 2006.

PEREIRA, L. C. Bresser e SPINK, Peter (orgs). **Reforma do Estado e Administração Pública Gerencial**. 5 ed. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

PEREIRA, L. C. Bresser. **Reforma do Estado para cidadania**. São Paulo: Editora 34. Brasília ENAD, 1998.

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:**

BRESSER-PEREIRA, L. C. **Administração Pública e de Empresas**: duas coisas muito diferentes. Revista Gestão Pública, v.2, p. 36-41, 2013.

KETTL, D. A revolução global: reforma da administração do setor público. In:

BRESSER-PEREIRA, L.; SPINK, P. (Org.). **Reforma do Estado e Administração Pública Gerencial**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1998.

KEINERT, T. **Os paradigmas da administração pública no Brasil (1900-92)**: crises e mudanças de paradigmas. Revista de Administração de Empresas. v.34, n.3, p.41-48, mai./jun., 2005.

SALDANHA, C. **Introdução à Gestão Pública**. São Paulo: Saraiva, 2006.

SECCHI, L. **Políticas públicas**: conceitos, esquemas de análise, casos práticos. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

## **E-COMMERCE**

### **OBJETIVOS:**



Conhecer os conceitos básicos de *e-commerce* e das técnicas de vendas para posicionamento estratégico de uma empresa, seja em ambientes físicos ou virtuais.

### EMENTA

- Evolução do Comércio.
- Economia digital.
- Conceito de *e-commerce*.
- Classificação e tipos de *e-commerce*.
- Vantagens do *e-commerce* para os Clientes.
- Construção da Marca e Relacionamento com o Cliente.
- Comportamento do consumidor e mercado.
- Segurança nas Transações de *e-commerce*.
- Atendimento ao cliente, propaganda, privacidade e segurança na web.
- Técnicas de vendas em ambientes virtuais.
- *Business to business (B2B)*; *business-to-consumer (B2C)*; *consumer to consumer (C2C)*.
- *E-Marketing*.
- *Live marketing*.
- Logística aplicada ao *e-commerce*.
- Legislação sobre o comércio e negócios eletrônicos.

#### COMPETÊNCIAS:

- Compreender os conceitos de *e-commerce* e *e-business*.
- Ser capaz de realizar correto planejamento para posicionamento de uma empresa em quaisquer ambientes (físicos ou virtuais)

#### HABILIDADES:

- Conhecer aspectos relacionados à segurança de aplicações comerciais para a Web e oferecer uma visão geral das principais tecnologias usadas no setor.
- Identificar os principais modelos de negócio utilizados na Internet com *e-commerce*.
- Conhecer as melhores práticas do setor de *e-commerce*.

#### BASES TECNOLÓGICAS:

- Histórico e evolução do Comércio até o comércio eletrônico.
- Economia digital: transformação digital e mudanças econômicas.
- Conceito de *e-commerce*
- Classificação e tipos de *e-commerce*.
- Vantagens do *e-commerce* para os Clientes.
- Construção da Marca e Relacionamento com o Cliente.
- Comportamento do consumidor e mercado.
- Segurança nas Transações de *e-commerce*.
- Atendimento ao cliente, propaganda, privacidade e segurança na web.



- |  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Técnicas de vendas em ambientes virtuais.</li><li>• <i>Business to business; business-to-consumer; consumer to consumer.</i></li><li>• <i>E-Marketing.</i></li><li>• <i>Live marketing.</i></li><li>• Logística aplicada ao e-commerce.</li><li>• Legislação sobre o comércio e negócios eletrônicos.</li><li>• Comportamento do consumidor e mercado,</li><li>• Mecanismos de Mercado no Comércio Eletrônico.</li><li>• Tipos de <i>e-commerce</i> e estudo de empresas líderes do setor.</li></ul> |
|--|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA:**

ALBERTIN, Alberto Luiz. **Comércio eletrônico**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.  
TEIXEIRA FILHO, Jayme. **Comércio Eletrônico**. Editora SENAC.2001.  
NETO, Guedes. NETO, Dorgival. **Sistemas de Comércio Eletrônico**. Rio de Janeiro, Campus. 2002.

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:**

FELIPINI, Dailton. **Empreendedorismo na Internet**. Brasport, 2010.  
GRAHAM, Mark. **Geografias Warped de Desenvolvimento**: A Internet e Teorias do Desenvolvimento Econômico. Geografia Compass, v. 2, n. 3, 2008.doi: 10.1111/j.1749-8198.2008.00093.x  
KOTLER, Philip. **Gestão de Marketing**. Pearson: Prentice-Hall, 2009.  
MILLER, Roger. **O Hoje Legal e E-Commerce Ambiente (Hardcover ed.)**. Thomson Learning, 2002.  
CLAUDIO, Dias. **Usabilidade na WEB**. 2ª ed. Elsevier. 2007