



ORGANIZAÇÃO DO CURRÍCULO
Educação Profissional Técnica de Nível Médio com Habilitação em
Técnico em Administração
EIXO TECNOLÓGICO: Gestão e Negócios
43 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).
- PDCCO.
- 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 levantadas nos

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.



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. 18ed. 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:

- Conhecer processos de recrutamento e seleção.

HABILIDADES:

- Compreender o plano de cargos e salários.

BASE TECNOLÓGICA:



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

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.

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

OBJETIVOS:

Compreender os conceitos básicos e os tipos de planejamento estratégico.



EMENTA

- Conceitos de planejamento estratégico.
- Metodologia de elaboração e implementação do planejamento estratégico.
- Diagnóstico estratégico.
- Missão da empresa.
- Objetivos e desafios empresariais.
- Projetos e planos de ação.
- Controle e avaliação do planejamento estratégico.

COMPETÊNCIAS:

- Conhecer processos, metodologias e ferramentas de diagnóstico, formulação, implementação, controle e avaliação de estratégias.
- Compreender a teoria/prática das principais estratégias competitivas adotadas pelas organizações em relação ao meio ambiente.
- Acompanhar e identificar as mudanças que ocorrem no ambiente geral e organizacional e a consequente evolução do pensamento administrativo.

HABILIDADES:

- Saber mensurar e adotar, em sua futura atividade profissional, estratégias empresariais compatíveis com a realidade de sua organização.
- Identificar os aspectos fundamentais do planejamento estratégico.
- Identificar as etapas do processo de decisão.
- Conhecer o processo de gestão estratégica a partir de uma metodologia de diagnóstico estratégico.
- Identificar os aspectos da implantação estratégica.

BASE TECNOLÓGICA:

- Evolução do planejamento estratégico
- A organização como um sistema.
- Missão, objetivos, metas e propósitos organizacionais.
- Escolas e Tipologias de Estratégia Empresarial
- Processo de planejamento estratégico
- Metodologias de elaboração e implementação do planejamento estratégico
- Análise dos *stakeholders* envolvidos nos processos.
- Ferramentas de análise de ambiente externo e interno.
- Análise do macroambiente
- Análise setorial
- Cadeia de valor *Benchmarking*
- Matriz Ansoff
- Matriz BCG
- Matriz GE/McKinsey
- Análise S.W.O.T.
- *Balanced Scorecard*
- Kanban e Canvas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:



BARNEY, J; HESTERLY, W. **Administração Estratégica e Vantagem Competitiva** 3ª. ed; São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

CERTO, Samuel C. et al. **Administração estratégica: planejamento e implantação da estratégia.** 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice-Hall, 2005.

FISCHMANN, Adalberto A.; ALMEIDA, Martinho Isnard R. **Planejamento estratégico na prática.** 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GONÇALVES, C. (org.) **Manual de ferramentas de estratégia empresarial.** São Paulo: Atlas, 2008.

KAPLAN, Robert S. I.; NORTON, David P. **A estratégia em ação: Balanced Scorecard.** 22. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 1997.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento estratégico: conceitos, metodologias e práticas.** 26. ed. São Paulo: Atlas: São Paulo, 2009.

SERRA, F. R. et al. **Gestão estratégica: conceitos e casos.** São Paulo: Atlas, 2013.

WRIGHT, P; KROLL, M; PARNELL, J. **Administração Estratégica: Conceitos;** São Paulo: Atlas, 2000.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BESANKO, D.; DRANOVE, D.; SHANLEY, M.; SCHAEFER, S. A economia da estratégia. Porto Alegre: Bookman, 2012.

KIM, W. C.; MAUBORGNE, R. A estratégia do oceano azul. 13. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

MINTZBERG, H; AHLSHOND, B; LOMPEL, J. **Safari de Estratégia;** Porto Alegre: Bookman, 2000.

PORTER, M. **Estratégia Competitiva: Técnicas para Análise de Indústrias e da Concorrência;** Rio de Janeiro: Campus, 1986.

PORTER, M. **Vantagem Competitiva: Criando e Sustentando um Desempenho Superior;** Rio de Janeiro: Campus, 1989.

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 gestão da cadeia de suprimentos.
- Conhecer noções de logística reversa e logística internacional.
- Desenvolver e aplicar a administração de materiais nas empresas modernas.

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.
- Perceber os impactos dos prestadores de serviços logísticos nas atividades da empresa.
- Relacionar os principais aspectos da Logística Reversa.

BASE TECNOLÓGICA:

- Evolução, objetivos, importância e conceitos de logística e *supply chain management*.
- Operações logísticas: suprimento, apoio à produção e distribuição física.
- Atividades-chaves da logística: Serviço ao cliente, processamento de pedidos, gestão de estoques e transportes.
- Atividades de apoio da logística: armazenagem, manuseio de materiais, aquisição, embalagem,



<ul style="list-style-type: none">• Planejar e monitorar a gestão de estoques de materiais.	<ul style="list-style-type: none">• Discutir os principais aspectos da Logística Internacional.• Propiciar o conhecimento dos processos mercadológicos que visem apoiar sistemas contínuos para obtenção de dados sobre o desempenho do mercado.	<p>programação da produção e gestão de informações.</p> <ul style="list-style-type: none">• Noções de logística reversa de pós-consumo e de pós-venda.• Noções de logística internacional.• Sistemas de Informações em logística.• Evolução e conceitos da administração de materiais.
---	---	---

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.** 1ªed. 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.** 2. 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:	HABILIDADES:	BASES TECNOLÓGICAS:
<ul style="list-style-type: none">• 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.	<ul style="list-style-type: none">• 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.	<ul style="list-style-type: none">• 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">• Enfoque sistêmico aplicado às empresas cooperativas.• Ambiente onde estão imersas as empresas do setor cooperativo.
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 . Acesso em ago./2021.		

MARKETING ORGANIZACIONAL		
OBJETIVOS: Desenvolver o conceito de marketing e identificar as vantagens da adaptação do marketing nas organizações.		
EMENTA <ul style="list-style-type: none">• Conceito e evolução do marketing.• Análise do mercado e do comportamento dos consumidores.• Elaboração da estratégia de marketing.		
COMPETÊNCIAS:	HABILIDADES:	BASES TECNOLÓGICAS:



<ul style="list-style-type: none">• Conhecer, identificar e comparar diversos conceitos do <i>marketing</i>.• Identificar os tipos de <i>marketing</i>.• Elaborar projetos de <i>marketing</i>.	<ul style="list-style-type: none">• Avaliar, saber definir e diferenciar as funções dos diferentes conceitos de <i>marketing</i> e suas potencialidades.• Aplicar os conhecimentos de <i>marketing</i> no micro e macro ambiente da empresa.	<ul style="list-style-type: none">• Mercado (externo e interno) - segmentação de mercado.• Formas de abordagem de mercado.• Etapas de processo de segmentação, potencial e demanda de mercado.• Estratégias de posicionamento do mercado.• Mix de mercado; (4p'S, 4c'S, 4 A'S)• Público-Alvo.
---	---	--

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

Apostilas. **Código do Consumidor e Código do Fornecedor**;
KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de vendas**. São Paulo: Atlas, 2009.
ROSA, Marcos Paulo. **Métodos e Ferramentas do Marketing**. 1ªed. Curitiba: Editora LT, 2012.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

COBRA, Marcos. **Marketing básico**. São Paulo: Atlas, 2009
DIAS, S. R. (Coord.). **Gestão de marketing**. São Paulo: Saraiva, 2003.
GRACIOSO, F. **Marketing estratégico: planejamento estratégico orientado para o mercado**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2001.
KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. 12ªed. São Paulo: Prentice Hall, 2006.
RICHERS, Raimar. **Marketing** — Uma visão brasileira. São Paulo: Negócio Editora, 2000, 430p.

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.

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



para controlar as operações econômicas.	equilíbrio da economia nacional. • Adquirir noções sobre o balanço de pagamentos do país, como também a política cambial e o combate à inflação.	• A inflação, o desemprego e sua problemática relação. • O comércio internacional e o balanço de pagamentos.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA: FARIA, Luiz Henrique Lima – Fundamentos de Economia – Curitiba, PR – Livro Técnico, 2012. VASCONCELOS, Marco Antonio Sandoval de – Economia: Micro e Macro – 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2011 BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR: AMADEO, et al. Distribuição de renda no Brasil . Rio de Janeiro: Paz e Terra. 1991. ROSSETTI, J. P. Introdução à Economia . São Paulo: Atlas, 1991.		

CONTABILIDADE

OBJETIVOS:

Analisar fenômenos e variações, tanto no aspecto quantitativo quanto no qualitativo, registrando os fatos e atos de natureza econômico-financeira que o afetam e estudando suas consequências na dinâmica financeira. O nome deriva do uso das contas contábeis. Capacitar os alunos a ter uma visão ampla do processo contábil, e aplicação dos seus conhecimentos na análise e interpretação dos conteúdos e da análise dos demonstrativos contábeis, e a sua importância dos mesmos para a tomada de decisão no âmbito empresarial.

EMENTA

- Introdução a contabilidade.
- Conceito e terminologia patrimônio.
- Representação gráfica do patrimônio.
- Ativo, passivo e aplicações de contas.
- Conceitos, classificações.
- Noções de fatos e atos administrativos.
- Escrituração.
- Razonete e Balancete.
- Apuração simplificada do resultado do exercício do DRE.
- Operação com mercadoria.
- Demonstração do fluxo de caixa.



- A contabilidade de gestão e o sistema de informações da empresa.
- Introdução gestão orçamental.
- A elaboração dos orçamentos da empresa.
- A elaboração do orçamento e a informática.
- Custos básicos.
- O controle orçamental.
- Custeio baseado nas atividades.

COMPETÊNCIAS:	HABILIDADES:	BASES TECNOLÓGICAS:
<ul style="list-style-type: none">• Capacitar os alunos a terem uma visão ampla do processo contábil e aplicação na análise de interpretação dos conteúdos e da análise dos demonstrativos contábeis, e a sua importância dos mesmos para a tomada de decisão no âmbito empresarial.• Caracterizar e diferenciar planejamentos tributário, financeiro e contábil.• Identificar e analisar fundamentos, conteúdo, sentido e importância do planejamento tributário.• Interpretar os objetivos dados e informações do planejamento tributário.• Identificar o caráter normativo da legislação tributária e seu processo de taxação, sinalização, isenção, suspensão e deferimento de impostos, assim como: período base, período fiscal, depósitos, correções de valores.• Identificar e caracterizar pontos essenciais de uma política financeira e sua utilidade para executores e usuários.	<ul style="list-style-type: none">• Desenvolver noções preliminares de contabilidade.• Compreender as funções da contabilidade.• Estrutura Patrimonial.• Conhecer os procedimentos contábeis.• Compreender a política de crédito e cobrança.• Organizar serviços específicos a serem executados para elaboração do planejamento financeiro e tributário.• Organizar informações para estabelecer comparações entre políticas financeiras e realidade das organizações, tais como: resultado financeiro, custo real dos juros, receita real dos juros, descontos obtidos, descontos concedidos, penalidades de atraso, prêmios de pontualidade, variáveis de aplicação.	<ul style="list-style-type: none">• Noções básicas de contabilidade: histórico, conceitos, objetivos e finalidade.• Princípios e normas contábeis.• Componentes básicos da contabilidade: ativo, passivo, despesa, receita, equação patrimonial.• Contas: Lançamentos contábeis.• Mecânica contábil.• Livros contábeis e fiscais.• Sistemas de controle contábil de estoques.• Administração de capital de giro: conceitos, disponibilidades, duplicatas a receber, estoques.• Fluxo de caixa.• Sistemas e Métodos de planejamento.• Planejamento e execução financeira.• Princípios e normas contábeis.• Componentes básicos da contabilidade: ativo, passivo, despesa, receita, equação patrimonial.• Lançamentos contábeis; Mecânica contábil: variações patrimoniais, contabilização das transações e balancete.• Livros contábeis e fiscais.



		<ul style="list-style-type: none">• Sistemas de controle contábil de estoques.• Depreciação: conceitos e principais métodos.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA: ÁVILA, Carlos Alberto. Contabilidade Básica . Curitiba: Editora do Livro Técnico, 2010. CARDOSO NETO, Felicíssimo. Contabilidade de custos . Saraiva. 1982. MARTINS, Elizeu. Contabilidade de custos . 9ª Ed. Ed. Atlas. 2009. PADOVEZI, Luis Clóvis. Contabilidade Gerencial . Um enfoque no sistema de Informação Contábil. Ed. Atlas. 2010 REGULAMENTO DO IMPOSTO DE RENDA. RIBEIRO, Osny Moura. Contabilidade Básica Fácil . São Paulo: Ed. Saraiva, 2007. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR: Equipe de Professores da FEA/USP. Contabilidade introdutória . São Paulo: Atlas, 1995. MARION, José C. Contabilidade básica . São Paulo: Atlas, 1995. RIBEIRO, Osni Moura. Contabilidade básica fácil . São Paulo: Saraiva, 1997. RIBEIRO, Osni Moura. Contabilidade de custos fácil . Saraiva.		

3ª Série

COMUNICAÇÃO E BRANDING
OBJETIVOS: Despertar sensações e criação de conexões fortes, que serão fatores relevantes para a escolha do cliente pela marca no momento de decisão de compra.
EMENTA <ul style="list-style-type: none">• Sistemas de comunicação• O gerenciamento (branding) e a comunicação de marcas• Características de uma marca• Evolução histórica do Branding• Identidade visual• A expressão da marca através de sua programação visual• Registro de uma marca• Lei 9.279/96, Lei de Propriedade Industrial• Gestão e estratégia de marca• A nova abordagem do storytelling e métricas para a gestão da marca.



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



AAKER, DAVID. & JOACHIMSTHALER, ERICH. **Como construir marcas fortes**. SÃO PAULO. FUTURA, 2000. FARINA, Modesto, PEREZ, Clotilde, BASTOS, Dorinho. **Psicodinâmica das cores em comunicação** – Blucher, 5^o 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:

HABILIDADES:

BASES TECNOLÓGICAS:



<ul style="list-style-type: none">• Compreender a problemática do planejamento financeiro.• Compreender a necessidade dos métodos de avaliação empresarial.• Identificar os vários métodos de avaliação empresarial.• Analisar os valores provenientes de métodos de avaliação apresentados.• Avaliar o impacto do risco das taxas de juros e das taxas de câmbio, nas políticas financeiras.	<ul style="list-style-type: none">• 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 geração de valor para a empresa.	<ul style="list-style-type: none">• 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.
---	--	---

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.

COMPETÊNCIAS:

- 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.
- Construir uma noção básica sobre os direitos e os deveres dos trabalhadores e empregadores.
- Correlacionar o significado dos tributos e suas abrangências.
- Identificar exigências fiscais legais nas operações.

HABILIDADES:

- Entender os ramos do direito e suas ligações com o exercício da profissão.
- Aplicar na prática os conceitos básicos de direito empresarial e trabalhista nas rotinas administrativas.
- Identificar os principais impostos e tributos e sua aplicação nos documentos fiscais.
- Distinguir os conceitos de empregador e empregado.
- Identificar os documentos ligados ao direito do trabalho.

BASE TECNOLÓGICA:

- O marco de nascimento do direito empresarial.
- Abordagem do código civil.
- Caracterização da atividade de empresário.
- Caracterização dos tipos de empresas.
- Normas legais em relação ao nome empresarial.
- Definição e aplicabilidade dos tributos.
- Diferença entre competência tributária e capacidade ativa tributária.
- Sujeito passivo e ativo na relação tributária.



<ul style="list-style-type: none">• Conhecer os principais aspectos da consolidação das leis do trabalho;		<ul style="list-style-type: none">• Principais características jurídicas sobre o conceito de empregado e empregador e os requisitos que compõem o vínculo empregatício.• Os direitos descritos na Carta Magna.• 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 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.

COMPETÊNCIAS:

- Desenvolver métodos de apoios para melhorias organizacionais.
- Aplicar as ferramentas da qualidade e o ciclo PDCA como ferramenta para solução e melhorias.
- Compreender os processos de certificação.
- Planejar, organizar, coordenar e controlar as etapas da qualidade.

HABILIDADES:

- Aplicar conceitos da qualidade do produto, processo e organização, localizando a ISO 9000 no contexto da qualidade.
- Identificar e aplicar ferramentas da qualidade usando o PDCA nos processos de mudanças da organização.
- Aplicar técnicas de gestão na solução de problemas, buscando a qualidade dos serviços conforme as normas internas da organização.

BASES TECNOLÓGICAS:

- Fundamentos históricos, evolução e conceituação da qualidade e produção.
- Qualidade da organização.
- Compreensão das ferramentas gerenciais e operacionais da qualidade.
- *Brainstorming* e 5w2h.
- Certificação de sistemas de gestão de qualidade.
- Sistemas informatizados de gestão da qualidade.
- Medidas de desempenho e custos da qualidade.
- Normas ISO.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

MOREIRA, Daniel Augusto. **Administração da Produção e Operações**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.
OLIVEIRA, M.; SHIBUJA, K. **ISO9000**: guia de implantação. São Paulo: Atlas, 1996.
PEINADO, Jurandir e GRAEML, Alexandre Reis. **Administração da produção**: operações industriais e de serviços. Curitiba: UnicenP, 2007.
RUSSOMANO, Victor Henrique. **Planejamento e controle da produção**. 5. ed. São Paulo: Pioneira, 1995.
SLACK, N. **Administração da produção**. São Paulo: Atlas, 1996.



BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

CORREA, Henrique L. **Just-in Time, MRP II, OPT**: um enfoque estratégico. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1993.

HAMMER, Michael: **Além da reengenharia**. 1. ed. R. de Janeiro: Campus, 1997.

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

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);

BASE TECNOLÓGICA:

- 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;



<p>carteira minimizando os erros;</p> <ul style="list-style-type: none">● Avaliar as variações econômicas no Brasil e no mundo e relacioná-las ao mercado de investimentos.	<ul style="list-style-type: none">● 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 mundo e relacioná-las ao mercado de investimentos.	<ul style="list-style-type: none">● Carteira de dividendos, carteira de <i>Small Caps</i>, carteira de <i>Value Investing</i>, 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;● 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**, 1ª ed. 1999.

GRAHAM, Benjamin. **O investidor inteligente**. 1ª 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. 1.ed. Portfolio 2016.



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.

COMPETÊNCIAS:

- Desenvolver métodos de apoios para melhorias nos serviços públicos;
- Aplicar as ferramentas da qualidade na administração pública;
- Compreender os processos da administração pública;
- Planejar, organizar, coordenar e controlar as etapas dos processos da administração pública.

HABILIDADES:

- Aplicar conceitos da administração pública no contexto atual da sociedade;
- Identificar e aplicar ferramentas para a desburocratização da máquina pública;
- Aplicar técnicas de administração pública na solução de problemas, buscando a qualidade dos serviços públicos.

BASES TECNOLÓGICAS:

- Origens e Princípios da Administração pública (aspectos históricos, conceituais e legais)
- A relação entre Estado, Governo e Mercado
- O ciclo de políticas públicas
- Modelos de gestão pública Planejamento governamental e a produção de serviços públicos
- Planejamento estratégico na gestão pública
- Tipos de instituições e organizações públicas



		<ul style="list-style-type: none">• Terceiro setor e Responsabilidade social• Gestão de pessoas no setor público• Noções de Compras, Contratos e Licitações: Lei 8.666/93.• 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>
<p>BIBLIOGRAFIA BÁSICA:</p> <p>BOBBIO, Norberto. Estado, governo, sociedade: para uma teoria geral da política. 11. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2004.</p> <p>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></p> <p>DI PIETRO, Maria Sílvia 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></p> <p>GRANJA, Sandra Inês B. Elaboração e avaliação de projetos. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração / UFSC; [Brasília]: CAPES: UAB, 2010.</p> <p>OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. Planejamento Estratégico. 22ª ed. São Paulo: Atlas, 2006.</p> <p>PEREIRA, L. C. Bresser e SPINK, Peter (orgs). Reforma do Estado e Administração Pública Gerencial. 5 ed. Rio de Janeiro: FGV, 2003.</p> <p>PEREIRA, L. C. Bresser. Reforma do Estado para cidadania. São Paulo: Editora 34. Brasília ENAD, 1998.</p> <p>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:</p> <p>BRESSER-PEREIRA, L. C. Administração Pública e de Empresas: duas coisas muito diferentes. Revista Gestão Pública, v.2, p. 36-41, 2013.</p>		



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

HABILIDADES:

- Conhecer aspectos relacionados à segurança de aplicações comerciais para a Web e oferecer uma visão geral

BASE TECNOLÓGICA:

- Histórico e evolução do Comércio até o comércio eletrônico.
- Economia digital: transformação digital e mudanças econômicas.



<p>empresa em quaisquer ambientes (físicos ou virtuais)</p>	<p>das principais tecnologias usadas no setor.</p> <ul style="list-style-type: none">• Identificar os principais modelos de negócio utilizados na Internet com e-commerce.• Conhecer as melhores práticas do setor de e-commerce.	<ul style="list-style-type: none">• Conceito de <i>e-commerce</i>• Classificação e tipos de e-commerce.• Vantagens do <i>e-commerce</i> para os Clientes.• Construção da Marca e Relacionamento com o Cliente.• Comportamento do consumidor e mercado.• Segurança nas Transações de <i>e-commerce</i>.• Atendimento ao cliente, propaganda, privacidade e segurança na web.• Técnicas de vendas em ambientes virtuais.• <i>Business to business; business-to-consumer; consumer to consumer.</i>• <i>E marketing.</i>• <i>Live marketing.</i>• Logística aplicada ao e-commerce.• Legislação sobre o comércio e negócios eletrônicos.• Comportamento do consumidor e mercado,• Mecanismos de Mercado no Comércio Eletrônico.• Tipos de <i>e-commerce</i> e estudo de empresas líderes do setor.
---	--	--

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ALBERTIN, Alberto Luiz. **Comércio eletrônico**. 6ed. 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**. 2ªEd. Elsevier. 2007

GESTÃO DE MÍDIAS SOCIAIS

OBJETIVOS:

Conhecer os fundamentos básicos de funcionamento e gerenciamento das principais mídias sociais.

EMENTA

- A internet no Brasil e no mundo
- Introdução às Mídias Sociais
- Diferenciação entre Mídias Sociais e Redes Sociais
- Histórico do desenvolvimento das Redes Sociais
- Planejamento de Mídia e Redes Sociais
- Principais ferramentas e plataformas
- O perfil do analista de mídias sociais (social media)
- O mercado de trabalho para o social media
- Redes Sociais como ferramentas de marketing
- Impactos das Redes Sociais para as organizações.

COMPETÊNCIAS:

- Planejar e executar as estratégias de marketing da empresa, ou profissional, nas redes sociais;
- Monitorar e interpretar dados e informações dos relatórios gerenciais;
- Pesquisar e produzir conteúdo para as redes sociais;

HABILIDADES:

- Definir formatos, temas e conteúdo das postagens;
- Definir ações estratégicas em diferentes canais, como Facebook e Instagram, por exemplo;
- Definir tipos de mídias a serem utilizados nas redes sociais;
- Saber acompanhar as tendências de mercado;
- Saber definir e agendar dias e horários de publicações;

BASES TECNOLÓGICAS:

- A internet no Brasil e no mundo
- Origem e propósito das Mídias Sociais
- Texto, imagem, áudio e som nas mídias Sociais
- Público alvo das mídias sociais
- Diferenciação entre Mídias Sociais e Redes Sociais
- Histórico e evolução das redes sociais no Brasil e no Mundo.
- Planejamento de Mídia e Redes Sociais: *Objetivos e Estratégias; Tipos de conteúdo, Criação, adequação e curadoria de*



<ul style="list-style-type: none">● Gerenciar crises relacionadas à marca ou à imagem nas redes sociais.	<ul style="list-style-type: none">● Analisar e definir nichos de mercado ideais para cada tipo de negócio;● Definir os KPIs da marca e a estratégia de SEO e de conteúdo;● Mensurar métricas como engajamento por posts, taxa de conversão em anúncios, alcance das publicações, menções do público com a marca, atividade de concorrentes, dentre outros;● Saber pesquisar temas e referências para produção de conteúdo;● Saber escrever textos, gravar e editar vídeos, edição de fotos, dentre outras técnicas de edição gráfica;● Utilizar ferramentas de apoio à rotina de trabalho como aplicativos informatizados;● Reconhecer problemas e dar respostas rápidas ao público ou aos clientes.	<p><i>conteúdo, Monitoramento de resultados.</i></p> <ul style="list-style-type: none">● Plataformas de monitoramento e gerenciamento de redes sociais: <i>Agendamento de posts, Impulsioneamento, Relatórios, SAC, Captação de leads, dentre outras.</i>● Principais formas de usos das redes sociais online pelos usuários.● O perfil do analista de mídias sociais (social media)● O mercado de trabalho para o social media● Redes Sociais como ferramentas de marketing: <i>audiência, tráfego, autoridade, engajamento, produção de conteúdo, identidade visual, tendências, dentre outras.</i>● Impactos das Redes Sociais para as organizações.
--	--	--

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BUENO, Wilson da Costa (Org.). **Estratégias de comunicação nas mídias sociais**. 1. ed. Barueri: Monole, 2015.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0**. tradução de Ivo Korytowski. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

LONGO, Walter. **Marketing e Comunicação da Era Pós-Digital: As Regras Mudaram**. 1ª Edição. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2019.

TELLES, André. **A Revolução das Mídias Sociais: cases, conceitos, dicas e ferramentas**. São Paulo: M. Books, 2010.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, negócios e sociedade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.



LARROSSA, Luciano. **Facebook para Negócios: Como vender através da maior rede social do mundo.** 1ª Edição. São Paulo: DVS Editora, 2018.
REZ, Rafael. **Marketing de Conteúdo: A Moeda do Século XXI.** São Paulo: DVS Editora, 2016.
GABRIEL, Martha. **Marketing na Era Digital: Conceitos, Plataformas e Estratégias.** São Paulo: Novatec Editora, 2010.

INOVAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES

OBJETIVOS:

Compreender o conceito, a dinâmica e os tipos de inovação e, entender a relevância e o impacto da gestão da inovação nas organizações.

EMENTA

- Evolução conceitual e teórica da relação entre Ciência, Tecnologia e Inovação. Estratégias de Inovação.
- Perfil inovador
- Processo inovador e Ecossistema inovador
- Aproximação conceitual ao processo de inovação tecnológica.
- A sequência invenção-inovação-difusão.
- Causas da inovação
- Tipos de inovações.
- Etapas e atividades do processo da inovação.
- Indicadores da inovação C+T e I+D.
- Modelos do processo de inovação e Sistemas de inovação.
- Gestão de projetos inovadores.
- Inovação e Competitividade.
- Difusão de Inovações.
- Inovação e internacionalização de empresas.

COMPETÊNCIAS:

- Compreender as inovações de mercado e saber seguir, prever e agir em relação às mudanças;
- Desenvolver processos de inovação nas instituições;

HABILIDADES:

- Ter noções de análise de contexto;
- Saber utilizar ferramentas e metodologias de inovação;

BASE TECNOLÓGICA:

- Inovação: conceito e tipologia
- Evolução conceitual e histórica da relação entre Ciência, Tecnologia e Inovação



<ul style="list-style-type: none">•Apropriar-se de novas tecnologias para inserir inovação de forma estratégica;•Gerir os recursos humanos numa perspectiva de constante inovação;	<ul style="list-style-type: none">•Saber utilizar novas tecnologia e aplicativos que possam contribuir com as tarefas a serem realizadas;•Exercitar o pensamento crítico e a criatividade;•Saber trabalhar de forma colaborativa;•Ter flexibilidade para mudar a forma de executar as tarefas ou para adaptá-las;	<ul style="list-style-type: none">•Modelos de análise do processo de inovaçãoIndicadores de inovação•Políticas públicas e marco regulatório da inovação•Estratégias de inovação•O processo de difusão de inovações•Especificidades setoriais da inovação na indústria•Inovação em serviços•Inovação e desenvolvimento sustentável•Inovação e competitividade internacional•Organização do processo de inovação•Planejamento e implementação de inovações•Gestão integrada da inovação•Hubs de inovação•Inovação corporativa
---	--	--

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ADNER, R. **Case sua estratégia de inovação ao ecossistema de inovação**. Harvard Business Review, abril de 2006.

GOVINDARAJAN, V.; TRIMBLE, C. **Os 10 mandamentos da inovação estratégica: do conceito à implementação**. Trad. Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

BONABEAU, E. **Os perigos de era da imitação**. Harvard Business Review, junho de 2004.

CHRISTENSEN, C. M. **O dilema da inovação**. Trad. Edna Emi Onoe Veiga. São Paulo: Makron Books, 2001.

CHRISTENSEN, Clayton M; RAYNOR, Michael E. **O crescimento pela inovação**: Harvard Business School, 2003.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BECKER, C. G. **Habitats de Inovação e Empreendedorismo**. InfoDev Incubator Support Center (iDISC). Brasília: outubro, 2003.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações já estabelecidas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
Secretaria de Estado da Educação
Subsecretaria de Estado de Educação Básica e Profissional
Gerência de Ensino Médio

