



ORGANIZAÇÃO DO CURRÍCULO
Educação Profissional Técnica de Nível Médio com Habilitação em
Técnico em Administração
EIXO TECNOLÓGICO: Gestão e Negócios
30 aulas semanais

COMPONENTES CURRICULARES DE APROFUNDAMENTO
CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

1ª Série

TEORIA GERAL DA ADMINISTRAÇÃO		
<p style="text-align: center;">OBJETIVOS</p> <p>Desenvolver a capacidade de atuar nos processos administrativos, aprimorar técnicas e habilidades para que possa melhorar o pensamento e o desempenho profissional.</p>		
<p style="text-align: center;">EMENTA</p> <ul style="list-style-type: none">• 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		
<p>COMPETÊNCIAS:</p> <ul style="list-style-type: none">• 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	<p>HABILIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none">• 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.	<p>BASES TECNOLÓGICAS:</p> <ul style="list-style-type: none">• 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.



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

<p>levantadas nos diversos tipos de planejamento.</p> <ul style="list-style-type: none">• 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.	<ul style="list-style-type: none">• 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.	<ul style="list-style-type: none">• 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:

HABILIDADES:

BASES TECNOLÓGICAS:



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

<ul style="list-style-type: none">• Conhecer processos de recrutamento e seleção.• 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">• Compreender o plano de cargos e salários.• 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.

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.

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.
- Atividades chaves da logística: Serviço ao cliente,



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

<ul style="list-style-type: none">• Conhecer noções de logística reversa e logística internacional.• Desenvolver e aplicar a administração de materiais nas empresas modernas.• Planejar e monitorar a gestão de estoques de materiais.	<ul style="list-style-type: none">• Perceber os impactos dos prestadores de serviços logísticos nas atividades da empresa.• Relacionar os principais aspectos da Logística Reversa.• 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>processamento de pedidos, gestão de estoques e transportes.</p> <ul style="list-style-type: none">• Atividades de apoio da logística: armazenagem, manuseio de materiais, aquisição, embalagem, programação da produção e gestão de informações.• 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



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

- 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.
- 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

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

COMPETÊNCIAS:

- Conhecer, identificar e comparar diversos conceitos do *marketing*.

HABILIDADES:

- Avaliar, saber definir e diferenciar as funções dos diferentes conceitos de *marketing* e suas potencialidades.

BASES TECNOLÓGICAS:

- Mercado (externo e interno) - segmentação de mercado.
- Formas de abordagem de mercado.



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

<ul style="list-style-type: none">• Identificar os tipos de <i>marketing</i>.• Elaborar projetos de <i>marketing</i>.	<ul style="list-style-type: none">• Aplicar os conhecimentos de <i>marketing</i> no micro e macro ambiente da empresa.	<ul style="list-style-type: none">• 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:	HABILIDADES:	BASES TECNOLÓGICAS:
<ul style="list-style-type: none">• Compreender as atividades administrativas;• Distinguir as funções e tarefas dos setores;• Definir as rotinas administrativas;• Descrever afazeres e procedimentos.	<ul style="list-style-type: none">• 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.	<ul style="list-style-type: none">• 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

- Introdução à Economia.
- Microeconomia.
- Macroeconomia.

COMPETÊNCIAS:

- 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 para controlar as operações econômicas.

HABILIDADES:

- 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 equilíbrio da economia nacional.
- Adquirir noções sobre o balanço de pagamentos do país, como também a política cambial e o combate à inflação.

BASES TECNOLÓGICAS:

- 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.
- 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.

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;	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;	BASES TECNOLÓGICAS: <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



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

<ul style="list-style-type: none">• Entender a experiência de marca;• Criar, administrar e posicionar marcas em mercados competitivos;• Desenvolver projetos em grupo;	<ul style="list-style-type: none">• 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;	<ul style="list-style-type: none">• 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:

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.
- Analisar os valores provenientes de métodos de avaliação apresentados.
- Avaliar o impacto do risco das taxas de juros e das taxas

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 geração de valor para a empresa.

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.



de câmbio, nas políticas financeiras.

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.



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

- 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:	HABILIDADES:	BASES TECNOLÓGICAS:
<ul style="list-style-type: none">• 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.• Conhecer os principais aspectos da consolidação das leis do trabalho;	<ul style="list-style-type: none">• 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.	<ul style="list-style-type: none">• 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.• 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.

HABILIDADES:

- Aplicar conceitos da qualidade do produto, processo e organização,

BASES TECNOLÓGICAS:

- Fundamentos históricos, evolução e conceituação da qualidade e produção.
- Qualidade da organização.



<ul style="list-style-type: none">• 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.	<p>localizando a ISO 9000 no contexto da qualidade.</p> <ul style="list-style-type: none">• 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.	<ul style="list-style-type: none">• Compreensão das ferramentas gerenciais e operacionais da qualidade.• <i>Brainstorming</i> 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 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 mundo e relacioná-las ao mercado de investimentos;

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;
- 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.** 1.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.

COMPETÊNCIAS:

- Desenvolver métodos de apoios para melhorias nos serviços públicos;

HABILIDADES:

- Aplicar conceitos da administração pública no contexto atual da sociedade;

BASES TECNOLÓGICAS:

- Origens e Princípios da Administração pública



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

<ul style="list-style-type: none">• 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.	<ul style="list-style-type: none">• 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.	(aspectos históricos, conceituais e legais) <ul style="list-style-type: none">• 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• 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>
---	---	---

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.** 5 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>

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.** 22 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:	HABILIDADES:	BASES TECNOLÓGICAS:
<ul style="list-style-type: none">• 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)	<ul style="list-style-type: none">• 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.	<ul style="list-style-type: none">• Histórico e evolução do Comércio até o comércio eletrônico.• Economia digital: transformação digital e mudanças econômicas.• 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