



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

**COMPONENTES CURRICULARES DE APROFUNDAMENTO DO
CURSO TÉCNICO EM LOGÍSTICA**

1ª Série

INTRODUÇÃO À 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.
- Planejar e monitorar a gestão de estoques de materiais.

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.
- 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.

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, 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.

TEORIA GERAL DA ADMINISTRAÇÃO

OBJETIVOS:

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

EMENTA

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

COMPETÊNCIAS:

- Identificar e avaliar tipos e modelos de planejamento, buscando atualização e inovação.
- Correlacionar e definir planejamento estratégico, planejamento tático e plano diretor.
- Definir o padrão e a natureza das informações a serem levantadas nos diversos tipos de planejamento.
- Avaliar e organizar informações, estruturando-as de forma a suprir o processo de planejamento.

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.
- Aplicar procedimentos necessários para operacionalização das atividades planejadas.
- Aplicar técnicas de suporte aos sistemas burocráticos e operacionais no tocante à formalização e

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.
- Sistemas de organização e coleta de informações financeiras e operacionais.
- Sistemas e métodos de organização de cronogramas.



<ul style="list-style-type: none">• Conhecer os fundamentos, os objetivos, a estrutura, a organização e o funcionamento da gestão.	<p>documentação do planejamento.</p> <ul style="list-style-type: none">• 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 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.

2ª Série

ADMINISTRAÇÃO DE ESTOQUE E ARMAZENAMENTO

OBJETIVOS:

Conhecer os princípios da movimentação de materiais. Conhecer os tipos de estoques e tipos de armazenamento. Entender a importância da estocagem. Estudar as formas de embalagem e acondicionamento. Entender os controles de estoques. Formas de reduzir custos nos estoques. Layout ideal. Tipos de máquinas e equipamentos. Mão de obra e terceirização

EMENTA

- Planejar, orientar e monitorar os estoques de materiais e produtos.
- Elaborar *layout* do armazém.
- Calcular estoque econômico.
- Estabelecer fluxo de movimentação dos estoques.
- Elaborar procedimentos de armazenagem visando garantir a qualidade dos materiais.
- Elaborar procedimentos visando à redução do custo de armazenagem.
- Conhecer os sistemas integrados de gestão de estoque.



COMPETÊNCIAS: <ul style="list-style-type: none">• Controlar suprimentos de materiais e equipamentos.• Conceituar e reconhecer os vários tipos de equipamentos de transporte e movimentação de carga na operação de materiais.• Implantar e configurar <i>layout</i> em armazéns.	HABILIDADES: <ul style="list-style-type: none">• Diagnosticar e identificar possíveis problemas em sistemas de estoque, armazenagem e distribuição.• Analisar o controle de produtos e consultar estoque;	BASE TECNOLÓGICA: <ul style="list-style-type: none">• Função e objetivo dos estoques e armazenagem.• Previsão e custos dos estoques.• Níveis de estoques.• Classificação ABC.• Aspectos econômicos.• Aplicação da cadeia de valor.• Sistemas de controle e avaliação.• Layout dos armazéns e depósitos.• Embalagens.• Princípios de estocagem e distribuição espacial.• Localização, classificação e codificação de materiais.• Equipamentos de movimentação de materiais.• Sistemas de manuseio.• Operação e segurança.• Instalações.• Seleção e eficiência dos equipamentos.• Benchmarking.• MRP (Manufacturing Resources Planning) III• Indicadores de desempenho
BIBLIOGRAFIA BÁSICA: <p>Apostila de Gestão de Estoques, Compras e processamento de pedidos – Editora Sest-Senat.</p>		



BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

- BALLOU, Ronald H. **Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.
- BOWERSOX, Donald J.; CLOSS, David J. **Logística empresarial: o processo de integração da cadeia de suprimento**. São Paulo: Atlas, 2010.
- CAXITO, Fabiano. **Logística – um enfoque prático**. São Paulo: Saraiva, 2011.
- NOGUEIRA, Amarildo de Souza. **Logística Empresarial: Uma Visão Local com Pensamento Globalizado**. 1ed. São Paulo: Atlas, 2012.
- POZO, Hamilton. **Administração de recursos materiais e patrimoniais: uma abordagem logística**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

COMÉRCIO INTERNACIONAL

OBJETIVOS:

Formar uma visão geral sobre as práticas do comércio exterior, seus reflexos sobre o comportamento das organizações empresariais e das Nações e analisar as relações que se estabelecem no mercado internacional globalizado, respeitados os acordos entre os blocos econômicos regionais e as condicionantes dos órgãos reguladores visando a preparar futuros profissionais para atuar nessa área específica.

EMENTA

- Identificação da linguagem técnica, bem como dos procedimentos requeridos para as principais operações de comércio exterior.
- Teoria e metodologia do comércio internacional.
- Teoria da política comercial.
- Teoria monetária de comércio internacional.
- Blocos regionais.
- Balança comercial.
- Movimento de capital e liquidez internacional.

COMPETÊNCIAS:

- Reconhecer e aferir a importância dos principais blocos de integração econômica existentes nas diferentes áreas geográficas.
- Nortear no que se refere ao processo de

HABILIDADES:

- Formar uma visão geral sobre as práticas do comércio exterior, seus reflexos sobre o comportamento das organizações empresariais e das Nações e analisar as relações que se estabelecem no mercado internacional globalizado, respeitados os acordos entre os blocos econômicos regionais e as

BASES TECNOLÓGICAS:

- Rotinas aduaneiras de exportação e importação.
- Analisar o desenvolvimento do comércio internacional e o papel da OMC como entidade reguladora.
- Sistemática de importação e exportação.



<p>abertura e liberação do comércio internacional do Brasil frente a outras nações.</p> <ul style="list-style-type: none">• Entender como as organizações empresariais devem se posicionar em relação ao comércio exterior.• Conhecer os códigos de negociação no comércio exterior, principais documentos e os órgãos responsáveis pela sua administração no Brasil e no exterior.• Situar o posicionamento do Brasil nas relações internacionais e de comércio exterior;	<p>condicionantes dos órgãos reguladores visando a preparar futuros profissionais para atuar nessa área específica.</p> <ul style="list-style-type: none">• Entender como as organizações empresariais devem se posicionar em relação ao comércio exterior.• Conhecer os códigos de negociação no comércio exterior, principais documentos e os órgãos responsáveis pela sua administração no Brasil e no exterior.• Situar o posicionamento do Brasil nas relações internacionais e de comércio exterior.• Conhecer os principais blocos comerciais regionais, entender como se constituem, sua finalidade e seu estatuto jurídico.• Entender como se processa o fechamento de uma operação de comércio exterior.• Ver “in loco” o passo a passo de uma operação de comércio exterior, por meio de visita a uma empresa exportadora.	<ul style="list-style-type: none">• Legislação aduaneira aplicada.• Sistemática cambial brasileira.• Transportes e seguros internacionais.• Técnicas de negociações internacionais.• Estratégia e internacionalização de empresas.• Movimentação e armazenagem.• Tópicos especiais em comércio exterior.• Benchmarking
--	--	---

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

TRIPOLI, Angela C. K.; PRATES, Rodolfo C. **Comércio internacional teoria e prática**. Curitiba: Editora InterSaberes, 2016.
MAIA, Jayme de Mariz. **Economia Internacional e Comércio Exterior**. 13 Ed. São Paulo: Atlas, 2013.
VASQUEZ, José Lopes. **Comércio Exterior Brasileiro**. 10 Ed. São Paulo: Atlas, 2012.
DIAS, Reinado; RODRIGUES, Waldemar. **Comércio Exterior: Teoria e Gestão**. 3 Ed. São Paulo: Atlas, 2012.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

SEGRE, German. **Manual Prático de Comércio Exterior**. 4 Ed. São Paulo: Atlas, 2012.
KEEDI, Samir. **ABC do Comércio Exterior**. 4 Ed. São Paulo: Aduaneiras, 2011.
RODRIGUES, Waldemar & Dias, Reinaldo. **Comércio Exterior: Teoria e Gestão**. 3 Ed. São Paulo: Atlas 2012.
CAVALCANTI, D. de S. B. **Evolução teórica do comércio internacional e a sistemática brasileira do comércio exterior**. 1 Ed. São Paulo: Aduaneiras, 1995.



MALUF, Sâmia Nagib. **Administrando o comércio exterior do Brasil**. São Paulo: Aduaneiras, 2001.
LUNARDI, Ângelo Luiz. **Operações de Câmbio e Pagamentos Internacionais no Comércio Exterior**. São Paulo, Ed. Aduaneiras, 2000.
RATTI, Bruno. **Comércio Internacional e Câmbio**. 11 Ed. São Paulo: Aduaneiras. 2006.

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*.
- Identificar os tipos de *marketing*.
- Elaborar projetos de *marketing*.

HABILIDADES:

- Avaliar, saber definir e diferenciar as funções dos diferentes conceitos de *marketing* e suas potencialidades.
- Aplicar os conhecimentos de *marketing* no micro e macro ambiente da empresa.

BASES TECNOLÓGICAS:

- 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.

LOGÍSTICA FISCAL

OBJETIVOS:

Observar os procedimentos fiscais atinentes ao ICMS e ao ISS que se faz necessária para se evitar contingências que culminem em autuação fiscal. Estabelecer a carga tributária adequada às operações praticadas pelo contribuinte, evitando-se, assim, pagamento desnecessário de tributos. Conhecer as diferentes abordagens existentes para o amplo e complexo tema fiscal e tributário.

EMENTA

- Conhecer e saber distinguir os tributos descritos pelo Sistema Tributário Nacional.
- Analisar e compreender a carga tributária brasileira com base nos princípios constitucionais e legislação tributária complementar.
- Montar estratégias fiscais e desenvolver condições para um perfeito planejamento tributário.
- Estudar casos práticos envolvendo a logística no Brasil.

COMPETÊNCIAS:

- Conhecer os aspectos tributários e fiscais das empresas que atuam no segmento logístico.
- Correlacionar o significado dos tributos e suas abrangências.

HABILIDADES:

- Identificar os principais impostos e tributos e sua aplicação nas operações logísticas.
- Cumprir exigências legais e tributárias no preenchimento dos documentos fiscais.

BASES TECNOLÓGICAS:

- Regimes tributários, pequena, média e grandes empresas dentro do Sistema Nacional.
- Noções de lucro: real e presumido.
- Conceitos tributários aplicados à logística.



<ul style="list-style-type: none">• Correlacionar documentos fiscais, base de cálculo dos impostos e valor dos mesmos.• Identificar exigências fiscais legais nas operações de importações e exportações de mercadorias.• Associar as exigências da legislação tributária aplicadas sobre: operador logístico, armazém geral, centro de distribuição e depósito fechado.	<ul style="list-style-type: none">• Elaborar Cálculos, com base nos documentos fiscais, para definir os valores dos impostos e tributos em conformidade com sua aplicabilidade.• Calcular para conferência os impostos e tributos legais aplicáveis nas operações de importações e exportações.• Identificar os aspectos da legislação tributária que se apliquem sobre: operador logístico, armazém geral, centro de distribuição e depósito fechado.	<ul style="list-style-type: none">• ICMS.• IPI.• ISSQN.• Imposto de Renda.• PIS.• COFINS.• Imposto de importação e exportação.• Documento de Frete.• Conhecimento de transporte.• Aspectos tributários incidentes sobre: operador logístico, armazém geral, centro de distribuição e depósitos fechados.
--	--	---

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BATISTA JUNIOR, O. A. **O planejamento fiscal e a interpretação no direito tributário**. Belo Horizonte: Melhoramentos, 2002.
BORGES, H. B. **Auditoria de tributos: IPI, ICMS e ISS**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2001.
CASSONE, Vittorio. **Direito tributário: fundamentos constitucionais, análise dos impostos, inventivos à exportação, doutrina pratica e jurisprudência** 10ª ed.- São Paulo: Atlas, 1997.
MARTINEZ, A. C. B. **Fundamentos de direito e legislação tributária**. Campinas: LNZ, 2004.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

AMARO, Luciano. **Direito Tributário Brasileiro**, Ed. Saraiva, SP, 2009
BORGES, H. B. **Gerência de impostos: IPI, ICMS e ISS**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2001.
BORGES, H. B. **Planejamento tributário: IPI, ICMS, ISS e IR**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
CAMPOS, Cândido H. **Planejamento tributário**. São Paulo: Atlas, 1985.
PITAS, J. **Lei de introdução ao direito do trabalho**. São Paulo: LTR, 2002.

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.
- Principais características jurídicas sobre o conceito de empregado e empregador e



<ul style="list-style-type: none">• Conhecer os principais aspectos da consolidação das leis do trabalho;		<p>os requisitos que compõem o vínculo empregatício.</p> <ul style="list-style-type: none">• 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.

3ª Série

GESTÃO DE TRANSPORTE E DISTRIBUIÇÃO

OBJETIVOS:



Reconhecer os modais de transportes, canais de distribuição, planejamento das operações logísticas.

EMENTA

- Estudos de transporte, desenvolvimento econômico e distribuição na geografia brasileira.
- Infraestruturas dos sistemas de transporte.
- Descrição dos modais e suas características dos sistemas intermodal e multimodal no planejamento do transporte.
- Dimensionamento de frotas no transporte rodoviário de cargas.
- Conhecer os canais de distribuição e atendimento ao cliente.
- Otimização e roteirização de carga.

COMPETÊNCIAS:

- Estabelecer relações entre os sistemas de distribuição de mercadorias e os métodos de controle de produtos expedidos.
- Identificar documentação necessária às operações de expedição de produtos e seus acompanhamentos.
- Diagnosticar problemas relativos ao pós-venda e propor soluções com base nas respostas dos clientes.
- Selecionar os modais adequados para cada tipo de operação do processo de expedição.
- Identificar os diversos fatores que afetam as atividades de armazenamento e distribuição de produtos acabados.
- Identificar os diversos processos e meios de transporte e armazenamento.
- Reconhecer as diversas modalidades de transporte, nacional e internacional, e os diversos tipos de cargas existentes.

HABILIDADES:

- Aplicar os conceitos e princípios das operações de distribuição.
- Selecionar os canais de distribuição adequados aos diversos tipos de atividades.
- Identificar os diversos níveis dos canais de distribuição.
- Atender os procedimentos de controle de produtos expedidos
- Utilizar a documentação necessária para a movimentação e controle.
- Acompanhar níveis dos serviços de expedição e distribuição.
- Identificar a eficiência e a eficácia dos processos logísticos, visando a plena satisfação dos clientes.
- Utilizar controles internos para mensurar os resultados das pesquisas de pós-venda.
- Indicar ações corretivas.
- Utilizar diferentes tipos de embalagens e etiquetas, de acordo com

BASES TECNOLÓGICAS:

- Níveis e Canais de distribuição: tipos de distribuição.
- Planejamento de operação logística.
- Marketing de distribuição.
- Identificação das características da carga.
- Preparação para o transporte.
- Documentação de expedição e distribuição.
- Ciclo do pedido do cliente.
- Serviços ao cliente: Vendas e pós-venda.
- Noções de modais.
- Tipos de cargas: materiais e embalagens.
- Ocupação volumétrica (peso e volume).
- Principais meios de transporte (modais).
- Fatores que afetam o transporte.
- Transporte nas organizações.
- O papel do transporte no contexto logístico.
- Panorama global.



<ul style="list-style-type: none">• Organizar espaços e funcionamento de armazéns.• Desenvolver procedimentos necessários à distribuição e ao armazenamento de mercadorias.• Avaliar veículos e equipamentos adequados aos tipos de carga.	<p>as condições físicas e operacionais do produto e modal.</p> <ul style="list-style-type: none">• Aplicar processos de organização de armazém ou de estoque.• Identificar operações fundamentais, procedimentos de trabalho, equipamentos e ferramentas adequados.• Aplicar normas de identificação de mercadorias.• Organizar recursos humanos e materiais para otimizar o tempo de cada operação de distribuição e garantir o estado físico dos produtos.• Identificar os meios de transportes a serem utilizados.• Classificar os diversos tipos de cargas.• Calcular cubagem necessária.• Dimensionar estruturas e espaços físicos de armazenamento.• Elaborar procedimentos de roteirização racional de entregas e armazenamento de mercadorias.• Verificar a adequação do acondicionamento de mercadorias e de sua manipulação às condições estabelecidas, à natureza das mercadorias e às normas de segurança e higiene.• Identificar veículos e equipamentos adequados aos tipos de cargas.	<ul style="list-style-type: none">• Infraestrutura utilizada para o transporte.• Serviço de atendimento ao cliente no transporte.• Custos de transportes: fatores de impacto na definição de frete e controle de gastos.• Transporte internacional.• Gerenciamento de frota de transportes.• Como medir a eficiência no transporte de cargas.• Modelos quantitativos e qualitativos.
--	--	--



BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BALLOU, Ronaldo H. **Logística Empresarial**: Transportes, Administração de Materiais e Distribuição Física. São Paulo: Editora Atlas, 1993.

CAIXETA-FILHO, José Vicente; MARTINS, Ricardo Silveira. **Gestão Logística do Transporte de Cargas**. Editora Atlas; São Paulo, 2002.

SILVA, Angelita Freitas da; **Fundamentos de Logística** – Curitiba: Livro Técnico, 2012.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

NOVAES, Antonio Galvão. **Logística e Gerenciamento da Cadeia de Distribuição** – 4ª Edição revisada e atualizada. São Paulo: Editora Campus, 2014.

VALENTE, Amir Mattar; PASSAGLIA, Eunice; NOVAES, Antônio Galvão. **Gerenciamento de Transportes e Frotas**. São Paulo: Editora Thomson, 2003.

CADEIA DE SUPRIMENTOS

OBJETIVOS:

Entender a Cadeia de Suprimentos e identificar as entidades que a compõem e ser capaz de analisar as funções básicas de cada uma para conseguir vantagens competitivas ao longo da cadeia por meio da melhor escolha das entidades. Apresentar os conhecimentos teóricos e práticos necessários para o gerenciamento da cadeia logística, através da exposição e discussão de técnicas utilizadas nas funções administrativas de compras, armazenagem e distribuição, suas inter-relações com as demais funções produtivas e com as outras áreas da empresa. Propiciar ao estudante reconhecer os modais de transportes, canais de distribuição. Planejamento das operações logísticas.

EMENTA

- Fundamentos da cadeia de suprimentos.
- Atividades logísticas: princípios, funcionalidade e papéis das atividades logísticas na cadeia de suprimentos.
- Interpretar o gerenciamento da cadeia de suprimentos como ferramenta para o aumento do nível de serviço aos clientes.
- Tecnologia da informação, transportes, estoques, armazenagem e embalagem.
- Estudos de transporte, desenvolvimento econômico e distribuição na geografia brasileira.
- Infraestruturas dos sistemas de transporte.
- Descrição dos modais e suas características dos sistemas intermodal e multimodal no planejamento do transporte.
- Dimensionamento de frotas no transporte rodoviário de cargas.



- Conhecer os canais de distribuição e atendimento ao cliente.
- Otimização e roteirização de carga.

COMPETÊNCIAS:	HABILIDADES:	BASES TECNOLÓGICAS
<ul style="list-style-type: none">• Compreender, em âmbito geral, a evolução da cadeia de suprimentos do Brasil e do mundo.• Definir cadeias de suprimentos e modelar e gerenciar canais de distribuição física.• Estabelecer relações entre os sistemas de distribuição de mercadorias e os métodos de controle de produtos expedidos.• Analisar os modais adequados para cada tipo de operação do processo de expedição.• Identificar os diversos fatores que afetam as atividades de armazenamento e distribuição de produtos acabados.• Compreender os diversos processos e meios de transporte e armazenamento.• Analisar as diversas modalidades de transporte, nacional e internacional, e os diversos tipos de cargas existentes.• Desenvolver procedimentos necessários à distribuição e ao armazenamento de mercadorias.• Avaliar veículos e equipamentos adequados aos tipos de carga.	<ul style="list-style-type: none">• Dimensionar e gerenciar serviços logísticos de armazenagem, observando a necessidade do cliente.• Compreender a necessidade de demanda e oferta do mercado.• Aplicar os conceitos e princípios das operações de distribuição.• Identificar os diversos níveis dos canais de distribuição.• Selecionar os canais de distribuição adequados aos diversos tipos de atividades.• Identificar a eficiência e a eficácia dos processos logísticos, visando a plena satisfação dos clientes.• Aplicar processos de organização de armazém ou de estoque.• Organizar e selecionar recursos humanos e materiais para otimizar o tempo de cada operação de distribuição e garantir o estado físico dos produtos.• Identificar os meios de transportes a serem utilizados.• Classificar os diversos tipos de cargas.• Elaborar procedimentos de roteirização racional de entregas e armazenamento de mercadorias.• Identificar veículos e equipamentos adequados aos tipos de cargas.	<ul style="list-style-type: none">• <i>Supply Chain Management</i>.• Logística de resultados.• Logística e as necessidades do consumidor.• Evolução da oferta e demanda.• Cadeia de valor.• Visão estratégica do gerenciamento da cadeia de suprimento.• Os elementos da cadeia de suprimentos.• Localização: armazéns, CD e industrial.• Métodos, técnicas e princípios SCM: Logística Reversa, JIT, ECR (resposta eficiente do consumidor).• Níveis, tipos e canais de distribuição.• Planejamento de operação logística.• Tipos de cargas: materiais e embalagens.• Principais meios de transporte (modais).• Fatores que afetam o transporte.• O papel do transporte no contexto logístico.• Infraestrutura utilizada para o transporte.• Serviço de atendimento ao cliente no transporte.• Custos de transportes: fatores de impacto na definição de frete e controle de gastos.• Gerenciamento de frota de transportes.



- | | | |
|--|--|---|
| | | <ul style="list-style-type: none">• Como medir a eficiência no transporte de cargas.• Processos de organização de armazém ou de estoque. |
|--|--|---|

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

- BALLOU, Ronald H. **Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos/Logística Empresarial**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.
- BOWERSOX, Donald J.; CLOSS, David J. **Logística Empresarial: o processo de integração da cadeia de suprimentos**. São Paulo: Atlas, 2007.
- CAIXETA-FILHO, José Vicente; MARTINS, Ricardo Silveira. **Gestão Logística do Transporte de Cargas**. Editora Atlas; São Paulo, 2002.
- CHRISTOPHER, Martin. **Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos: criando redes que agregam valor**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, c2007.
- PIRES, Silvio, R. I. **Gestão da cadeia de suprimentos: conceitos, estratégias, práticas e casos**. São Paulo: Atlas, 2007.
- SILVA, Angelita Freitas da. **Fundamentos de Logística**. Curitiba: Livro Técnico, 2012.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

- CHOPRA, Sunil, MEINDL, Peter. **Gestão da cadeia de suprimentos**, 4ª ed. São Paulo: Pearson. Prentice Hall, 2011.
- CORRÊA, Henrique Luiz. **Gestão de Redes de Suprimentos: Integrando cadeias de suprimento no mundo globalizado**. 1ª Edição. São Paulo: Atlas, 2010.
- FIGUEIREDO, Kleber F., FLEURY, Paulo F., WANKE, Peter (org). **Logística e gerenciamento da Cadeia de Suprimentos: planejamento do fluxo de produtos e dos recursos**. São Paulo: Atlas, 2003.
- GONÇALVES, Paulo Sergio, **Administração de materiais**, 3ª. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- LEITE, Paulo Roberto. **Logística reversa: Meio Ambiente e Competitividade**. 2ª. Edição. São Paulo: Pearson. Prentice Hall, 2009.
- NOVAES, Antonio Galvão, **Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- NOVAES, Antonio Galvão. **Logística e Gerenciamento da Cadeia de Distribuição – 4ª Edição revisada e atualizada**. São Paulo: Editora Campus, 2014.
- TAYLOR, David A. **Logística na cadeia de suprimentos: uma perspectiva gerencial**. São Paulo: Pearson – Prentice Hall, 2005.
- VALENTE, Amir Mattar; PASSAGLIA, Eunice; NOVAES, Antônio Galvão. **Gerenciamento de Transportes e Frotas**. São Paulo: Editora Thomson, 2003.



E-COMMERCE

OBJETIVOS:

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

EMENTA

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

COMPETÊNCIAS:

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

HABILIDADES:

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

BASE TECNOLÓGICA:

- Histórico e evolução do Comércio até o comércio eletrônico.
- Economia digital: transformação digital e mudanças econômicas.
- Conceito de *e-commerce*
- Classificação e tipos de *e-commerce*.
- Vantagens do *e-commerce* para os Clientes.
- Construção da Marca e Relacionamento com o Cliente.
- Comportamento do consumidor e mercado.



		<ul style="list-style-type: none">• Segurança nas Transações de e-commerce.• 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 e-commerce 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



CUSTOS LOGÍSTICOS

OBJETIVOS:

Organizar processo de informação e classificação dos dados referentes a custo logísticos.

EMENTA

- Fundamentos dos custos logísticos.
- Classificar os custos logísticos.
- Calcular custos de estoques PEPS e custo médio.
- Calcular custo absorção e variável.

COMPETÊNCIAS:

- Correlacionar os conceitos e princípios da contabilidade de custos e suas aplicações nos processos logísticos.
- Correlacionar os procedimentos de controles internos de custos com os processos operacionais da organização.
- Organizar informações de custos para subsidiar tomada de decisões operacionais e de formação do preço de venda.

HABILIDADES:

- Aplicar os conceitos e princípios de custos na logística. Identificar os campos de aplicação e os custos no processo operacional.
- Elaborar planilhas de custo.
- Classificar contas de custos e aplicar métodos de custeio.
- Identificar o processo de produção dos diferentes produtos da empresa.
- Relacionar as atividades relevantes dentro de cada departamento.
- Identificar a relação de causa e efeito entre a ocorrência da atividade e a geração dos custos.
- Aplicar métodos de valoração dos estoques.
- Calcular e estruturar os custos dos processos e a formação de preços.
- Aplicar os métodos de custeio de acordo com as políticas organizacionais.

BASE TECNOLÓGICA:

- Noções básicas de contabilidade: histórico, conceitos, objetivos e finalidade.
- Princípios e normas contábeis.
- Princípios de custos.
- Classificação dos custos logísticos.
- Custo direto, indireto e integral: de produção, de movimentação, de armazenagem, de distribuição e transportes;
- Custos Fixos, variáveis e mistos: de produção, de movimentação, de armazenagem, e de distribuição e transportes;
- Distinção entre custos e despesas: de produção, de movimentação, de armazenagem, e de distribuição e transportes;
- Materiais e estoques;
- Critérios de avaliação de estoques: PEPS, UEPS e custo médio.



- | | | |
|--|--|---|
| | | <ul style="list-style-type: none">• Inventário permanente, inventário periódico.• Formação de preço de venda.• Métodos de custeio: custo por absorção – custo padrão, custo departamental e custeio variável. |
|--|--|---|

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

CASTIGLIONI, José Antônio De Mattos - Logística Operacional Guia Prática - Editora: São Paulo 2011 – Editora Érica LTDA. FARIA, Ana Cristina de, Maria de Fátima Gameiro Da Costa - Gestão de Custos Logísticos - Editora: São Paulo Editora Atlas S.A – 2012.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

VALENTE, Amir Mattar, Antônio Galvão Novaes, Eunice Passaglia, Heitor Vieira - Gerenciamento de Transporte e Frotas - Editora: 2008 Cengage Learning Edições LTDA.

ECONOMIA

OBJETIVOS:

Proporcionar que os discentes interpretem e apliquem os conceitos econômicos inerentes à administração de empresas.

EMENTA

- Introdução à Economia.
- Microeconomia.
- Macroeconomia.
- Sistema econômico
- Economia e seus principais Compartimentos
- Economia pública
- Análise da demanda de mercado
- Análise de oferta de mercado
- Equilíbrio de mercado
- Elasticidades
- Aspectos de atuação do setor público na esfera microeconômica
- Produção



- Estrutura de mercado

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.

BASE TECNOLÓGICA:

- 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.



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

- 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:

- 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:

- 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 *brand equity*;
- Identificar os tipos de experiências de marca (*brand experience*);
- Utilizar técnica de *brand experience*;
- Desenvolver habilidades para trabalhar em equipe como comunicação, proatividade, confiança,

BASE TECNOLÓGICA:

- 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, multimarca)
- 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



	capacidade de mediação, empatia, flexibilidade, dentre outras;	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.

COOPERATIVISMO

OBJETIVOS:

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

EMENTA



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

COMPETÊNCIAS:

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

HABILIDADES:

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

BASES TECNOLÓGICAS:

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



		<ul style="list-style-type: none">• Enfoque sistêmico aplicado às empresas cooperativas.• Ambiente onde estão imersas as empresas do setor cooperativo.
<p>BIBLIOGRAFIA BÁSICA:</p> <p>BIALOSKORSKI NETO, S. Aspectos Econômicos das Cooperativas. Ed. Mandamentos. São Paulo, 2006.</p> <p>OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Manual de gestão das cooperativas: uma abordagem prática. 4. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2009.</p> <p>SACHS, I. Caminhos para o Desenvolvimento Sustentável. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.</p> <p>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:</p> <p>HEIDEMANN, F. G.; SALM, J. F. Políticas públicas e desenvolvimento: bases epistemológicas e modelos de análise. Brasília: UNB, 2009.</p> <p>RODRIGUES, R. Cooperativismo: democracia e paz; surfando a segunda onda. R. Rodrigues, 2008.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>		