



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

COMPONENTES CURRICULARES DE APROFUNDAMENTO
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.

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, 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.
- Conhecer os fundamentos, os objetivos, a estrutura, a organização e o funcionamento da gestão.

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 documentação do planejamento.
- Organizar plano de distribuição de trabalho,

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.
- Sistemas de custos de processos administrativos e tecnológicos.



	acompanhar a qualidade da execução e observar prazos na elaboração do planejamento.	<ul style="list-style-type: none">Influência dos sistemas de gestão para as ações de marketing da instituição.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA: PILLA, Bianca Smith. Fundamentos da Administração. Curitiba: Editora Livro Técnico, 2017. MAXIMIANO, Antonio Amaru. Teoria Geral de Administração . São Paulo: Atlas, 2000. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR: CHIAVENATO, Idalberto. Teoria Geral de Administração . São Paulo: McGrae-Hill do Brasil, 1987. MOTTA, Fernando C. P. Teoria Geral da Administração : uma introdução. 18ª ed. São Paulo: Pioneira, 1994.		

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 <ul style="list-style-type: none">Planejar, orientar e monitorar os estoques de materiais e produtos.Elaborar <i>layout</i> 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.	HABILIDADES: <ul style="list-style-type: none">Diagnosticar e identificar possíveis problemas em	BASES TECNOLÓGICAS: <ul style="list-style-type: none">Função e objetivo dos estoques e armazenagem.



<ul style="list-style-type: none">• 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.	<p>sistemas de estoque, armazenagem e distribuição.</p> <ul style="list-style-type: none">• Analisar o controle de produtos e consultar estoque;	<ul style="list-style-type: none">• 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:

Apostila de Gestão de Estoques, Compras e processamento de pedidos – Editora Sest-Senat.

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 abertura e liberação do comércio internacional do Brasil frente a outras nações.
- 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

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 condicionantes dos órgãos reguladores visando a preparar futuros profissionais para atuar nessa área específica.
- Entender como as organizações empresariais devem se posicionar em relação ao comércio exterior.

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.
- Legislação aduaneira aplicada.
- Sistemática cambial brasileira.
- Transportes e seguros internacionais.
- Técnicas de negociações internacionais.
- Estratégia e internacionalização de empresas.



<p>administração no Brasil e no exterior.</p> <ul style="list-style-type: none">• Situar o posicionamento do Brasil nas relações internacionais e de comércio exterior;	<ul style="list-style-type: none">• 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">• Movimentação e armazenagem.• Tópicos especiais em comércio exterior.• <i>Benchmarking.</i>
---	--	--

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

CHIAVENATO, Idalberto. **Comportamento organizacional:** a dinâmica do sucesso das organizações. 2ª ed. São Paulo: Campus. 2005.
VERGARA Sylvania Constant. **Gestão com pessoas e subjetividade.** São Paulo: Atlas, 2007.
LIMONGI-FRANÇA, Ana Cristina. As pessoas na organização. 2ª ed. São Paulo: Gente. 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BERGAMINI, Cecília Whitaker. **Psicologia aplicada à administração de empresas:** psicologia do comportamento organizacional. São Paulo: Atlas, 2008
BOCK, Ana Mercês Bahia; COMPARATO, Fábio Konder. **A afirmação da história dos direitos humanos.** 7. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva 2011.
FURTADO, Odair; TEIXEIRA, Maria de Lourdes Trassi. **Psicologias:** uma introdução ao estudo da Psicologia. 13 ed. São Paulo: Saraiva, 1999.
JUNQUEIRA, Carmen. **Antropologia indígena:** uma introdução: história dos povos indígenas no Brasil. São Paulo: EDUC, 1991. 111 p.
MATTOS, Regiane. **História e cultura afro-brasileira.** Contexto, 2007.
MOSCOVICI, Fela. **Equipes dão certo:** a multiplicação do talento humano. 12. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2008. 240 p.
ROBBINS, Stephen P. **Comportamento organizacional.** 11. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2005.



PIOVESAN, Flávia. **Direitos humanos e o direito constitucional internacional**. 13. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva 2012.

WAGNER III, John A.; HOLLENBECK, John R. **Comportamento organizacional**: criando vantagem competitiva. São Paulo: Saraiva 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**;

PILLA, Bianca Smith. Fundamentos da Administração. Curitiba: Editora Livro Técnico, 2017.

DRUCKER, P. F. **Prática de administração de empresas**. Rio Janeiro: Fundo de Cultura, 1989.

KOONTZ & O'DONNELL. **Princípios de administração**: uma análise das funções administrativas. São Paulo: Pioneira, 1989.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:



MOTTA, Fernando C. P. **Teoria geral da administração**: uma introdução. 18. ed. São Paulo: Pioneira, 1994.

3ª Série

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.
- 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,

HABILIDADES:

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

BASES TECNOLÓGICAS:

- Regimes tributários, pequena, média e grandes empresas dentro do Sistema Nacional.
- Noções de lucro: real e presumido.
- Conceitos tributários aplicados à logística.
- ICMS.
- IPI.
- ISSQN.
- Imposto de Renda.
- PIS.
- COFINS.
- Imposto de importação e exportação.



armazém geral, centro de distribuição e depósito fechado.	<ul style="list-style-type: none">• 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">• 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 prática 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.
- Conhecer os principais aspectos da consolidação das leis do trabalho;

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.

BASES TECNOLÓGICAS:

- 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.



- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">• 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 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:

HABILIDADES:

BASES TECNOLÓGICAS:



<ul style="list-style-type: none">• 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.• 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.	<ul style="list-style-type: none">• 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 as condições físicas e operacionais do produto e modal.• 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.	<ul style="list-style-type: none">• 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.• 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.
---	---	--



	<ul style="list-style-type: none">• 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.	
--	--	--

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:

- 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

HABILIDADES:

- 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

BASES TECNOLÓGICAS

- *Supply Chain Management*.
- 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



<p>atividades de armazenamento e distribuição de produtos acabados.</p> <ul style="list-style-type: none">• 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.	<p>logísticos, visando a plena satisfação dos clientes.</p> <ul style="list-style-type: none">• 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. <p>Identificar veículos e equipamentos adequados aos tipos de cargas.</p>	<p>Reversa, JIT, ECR (resposta eficiente do consumidor).</p> <ul style="list-style-type: none">• 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.• 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.

BASES TECNOLÓGICAS:

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



		<ul style="list-style-type: none">• 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		

CUSTOS LOGÍSTICOS
OBJETIVOS: Organizar processo de informação e classificação dos dados referentes a custo logísticos.
EMENTA <ul style="list-style-type: none">• Fundamentos dos custos logísticos.• Classificar os custos logísticos.



<ul style="list-style-type: none">• Calcular custos de estoques PEPS e custo médio.• Calcular custo absorção e variável.		
COMPETÊNCIAS: <ul style="list-style-type: none">• 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: <ul style="list-style-type: none">• 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.	BASES TECNOLÓGICAS: <ul style="list-style-type: none">• 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.• Inventário permanente, inventário periódico.• Formação de preço de venda.• Métodos de custeio: custo por absorção – custo padrão, custo departamental e custeio variável.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA: <p>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.</p>		



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.

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

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



<ul style="list-style-type: none">• Identificar os diferentes tipos de empresas e seu enquadramento na estrutura de mercado.• Entender as políticas utilizadas pelo governo para controlar as operações econômicas.	<p>do governo para o controle da economia.</p> <ul style="list-style-type: none">• 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.	<p>monopolística, monopólio e oligopólio.</p> <ul style="list-style-type: none">• 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.

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

- 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;

HABILIDADES:

- Entender as fases de um projeto de marketing voltado para o branding

BASES TECNOLÓGICAS:

- Conceituação e Gestão da Marca
- Os componentes da Marca
- Evolução das Marcas



<ul style="list-style-type: none">• 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;	<ul style="list-style-type: none">• Identificar etapas para construção da identidade visual e verbal da empresa;• Definir valores e cultura da empresa;• Estabelecer os propósitos, promessa, atributos e posicionamento de marca;• Saber utilizar modelos de mensuração e identificar características do <i>brand equity</i>;• Identificar os tipos de experiências de marca (<i>brand experience</i>);• Utilizar técnica de <i>brand experience</i>;• Desenvolver habilidades para trabalhar em equipe como comunicação, proatividade, confiança, capacidade de mediação, empatia, flexibilidade, dentre outras.	<ul style="list-style-type: none">• 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 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, 5^o ed., 2006
FONTENELLE, Isleide. **O nome da marca**. São Paulo: Bomtempo, 2002

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

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



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

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

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.



de avaliação cooperativista.		<ul style="list-style-type: none">• 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.



Estatística

OBJETIVOS:

Analisar dados estatísticos apresentados em textos, tabelas e gráficos, referentes a diversos contextos e fenômenos naturais e sociais, utilizando instrumentos adequados para medidas, determinação de amostras e análise exploratória para interpretar informações de variáveis apresentadas em uma distribuição estatística.

EMENTA

- Análise Exploratória de Dados;
- Tabelas de Distribuição de Frequências
- Representações Gráficas de Tabelas de Distribuição de Frequências
- Medidas de Posição;
- Máximo e Mínimo;
- Medidas de Dispersão.

COMPETÊNCIAS:

- Interpretar informações de natureza científica e social obtidas da leitura de gráficos e tabelas;
- Realizando previsão de tendência, extrapolação, interpolação;
- Realizando previsão de tendência, extrapolação, interpolação;
- Utilizar informações expressas em gráficos ou tabelas para fazer inferências;
- Resolver problema com dados apresentados em tabelas ou gráficos;
- Analisar informações expressas em gráficos ou tabelas como recurso para a construção de argumentos;

HABILIDADES:

- Entender o propósito e a lógica das investigações estatísticas;
- Entender o processo de investigação estatística;
- Dominar as habilidades usadas nos processos de investigação estatística;
- Entender as relações matemáticas presentes nos conceitos estatísticos;
- Entender a probabilidade, a chance, a incerteza, os modelos e a simulação;
- Desenvolver habilidades interpretativas para argumentar, refletir e criticar;
- Desenvolver habilidades para se comunicar estatisticamente, usando corretamente a sua terminologia;

BASES TECNOLÓGICAS:

INTRODUÇÃO

- População e amostra, Variáveis e dados estatísticos, Métodos estatísticos, Fases do método estatístico

TABELAS DE DISTRIBUIÇÃO DE FREQUÊNCIAS:

- Tabelas com dados não agrupados por classes
- Tabelas com dados agrupados por classes

REPRESENTAÇÕES GRÁFICAS DE TABELAS



<ul style="list-style-type: none">● Determinar amostras para cálculos de probabilidade a fim de interpretar informações de variáveis apresentadas em uma distribuição estatística;● Resolver situação-problema que envolva conhecimentos de estatística;● Utilizar conhecimentos de estatística e probabilidade como recurso para a construção de argumentação;● Avaliar propostas de intervenção e correção de rotas na realidade utilizando conhecimentos de estatística e probabilidade.	<ul style="list-style-type: none">● Interpretar gráficos;● Calcular medidas estatísticas;● Interpretar medidas estatísticas;● Avaliar criticamente resultados estatísticos que permeiam nossas vidas diárias.	<p>DE DISTRIBUIÇÃO DE FREQUÊNCIAS:</p> <ul style="list-style-type: none">● Gráfico em Barras● Gráfico em Colunas● Gráfico em Setores● Gráfico em Hastes● Histograma e box-plot;● Polígono de Frequências <p>MEDIDAS DE POSIÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none">● Médias Aritmética e Ponderada.● Mediana● Moda● Relação entre média, mediana e moda● Média, moda e mediana em tabelas de distribuição de frequências● Medidas Separatrizes <p>MEDIDAS DE DISPERSÃO</p> <ul style="list-style-type: none">● Amplitude total● Variância● Desvio Padrão
--	--	---

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BARBETTA, Pedro Alberto; REIS, Marcelo Menezes; BORNIA, Antonio César. **Estatística para Cursos de Engenharia e Informática**. Editora Atlas, 3a edição, 2010
BUSSAB, Wilton de O e MORETTIN, Pedro A. **Estatística Básica** Editora Saraiva, 8a edição, 2013;
TRIOLA, Mário F. **Introdução à Estatística**, LTC Editora, 11a edição, 2013;
SPIEGEL, Murray R e STEPHENS, Larry J. **Estatística**. Bookman, 4ª edição, 2009.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:



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

XAVIER, Ademir. **Estratégias Estatísticas em Investimentos**; Novatec; 2009