



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

1º MÓDULO

ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA		
<p style="text-align: center;">OBJETIVOS:</p> <p>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.</p>		
<p>EMENTA</p> <ul style="list-style-type: none">• Fundamentos da Gestão Financeira.• A estrutura do Departamento Financeiro.• Capital, Taxas de Juros e de Equivalentes.• Taxas nominais e efetivas.• Descontos, Capitalização Composta.• Fluxo de Caixa.• Relacionamento bancário.• Orçamento Empresarial.• Noções de Aplicações de Investimentos, (caderneta de poupança, renda fixa e variada, fundo de investimento, ações).		
<p>COMPETÊNCIAS:</p> <ul style="list-style-type: none">• Compreender a problemática do planejamento financeiro.• Compreender a necessidade dos métodos de avaliação empresarial.• Identificar os vários métodos de avaliação empresarial.• Analisar os valores provenientes de métodos de avaliação apresentados.• Avaliar o impacto do risco das taxas de juros e das taxas de	<p>HABILIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none">• Elaboração de planejamento financeiro e a gestão dos recursos de curto e longo prazo por meio de análise e interpretação de demonstrativos econômico financeiros, a fim de subsidiar a tomada de decisões que maximizem a geração de valor para a empresa.	<p>BASE TECNOLÓGICA:</p> <ul style="list-style-type: none">• A gestão financeira à curto prazo.• Análise de investimentos.• O financiamento de longo prazo e estrutura de capital.• O planejamento financeiro de médio e longo prazo.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

câmbio, nas políticas financeiras.		
BIBLIOGRAFIA BÁSICA: ASSAF NETO, Alexandre. Fundamentos da administração financeira . São Paulo: Atlas. PADOVEZE, Clóvis Luís. Introdução à administração financeira: texto e exercícios . 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, c2011. xi, 303 p GITMAN, Lawrence J. Princípios de administração financeira . 12. ed. São Paulo: Pearson, 2010. xxiii, 775 p. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR: SOUSA, Antonio de. Gerência financeira para micro e pequenas empresas: um manual simplificado. Rio de Janeiro: Elsevier: SEBRAE, 2007 143 p ASSAF NETO, A. Matemática financeira e suas aplicações. São Paulo: Atlas, 2009 SOUZA, Alceu; CLEMENTE, Ademir. Decisões financeiras e análise de investimentos: fundamentos, técnicas e aplicações. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. x, 186 p. CHIAVENATO, Idalberto. Administração financeira: uma abordagem introdutória. Rio de Janeiro: Elsevier, c2006. 116 p. GROPPELLI, Angélico A.; NIKBAKHT, Ehsan. Administração financeira. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2010. xv, 496 p		

CONTABILIDADE
OBJETIVOS: Analisar fenômenos e variações, tanto no aspecto quantitativo quanto no qualitativo, registrando os fatos e atos de natureza econômico-financeira que o afetam e estudando suas consequências na dinâmica financeira. O nome deriva do uso das contas contábeis. Capacitar os alunos a ter uma visão ampla do processo contábil, e aplicação dos seus conhecimentos na análise e interpretação dos conteúdos e da análise dos demonstrativos contábeis, e a sua importância dos mesmos para a tomada de decisão no âmbito empresarial.
EMENTA <ul style="list-style-type: none">• Introdução a contabilidade.• Conceito e terminologia patrimônio.• Representação gráfica do patrimônio.• Ativo, passivo e aplicações de contas.• Conceitos, classificações.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

<ul style="list-style-type: none">• Noções de fatos e atos administrativos.• Escrituração.• Razonete e Balancete.• Apuração simplificada do resultado do exercício do DRE.• Operação com mercadoria.• Demonstração do fluxo de caixa.• A contabilidade de gestão e o sistema de informações da empresa.• Introdução gestão orçamental.• A elaboração dos orçamentos da empresa.• A elaboração do orçamento e a informática.• Custos básicos.• O controle orçamental.• Custeio baseado nas atividades.		
COMPETÊNCIAS:	HABILIDADES:	BASE TECNOLÓGICA:
<ul style="list-style-type: none">• Capacitar os alunos a terem uma visão ampla do processo contábil e aplicação na análise de interpretação dos conteúdos e da análise dos demonstrativos contábeis, e a sua importância dos mesmos para a tomada de decisão no âmbito empresarial.• Caracterizar e diferenciar planejamentos tributário, financeiro e contábil.• Identificar e analisar fundamentos, conteúdo, sentido e importância do planejamento tributário.	<ul style="list-style-type: none">• Desenvolver noções preliminares de contabilidade.• Compreender as funções da contabilidade.• Estrutura Patrimonial.• Conhecer os procedimentos contábeis.• Compreender a política de crédito e cobrança.• Organizar serviços específicos a serem executados para elaboração do planejamento financeiro e tributário.• Organizar informações para estabelecer comparações entre políticas financeiras e realidade das organizações,	<ul style="list-style-type: none">• Noções básicas de contabilidade: histórico, conceitos, objetivos e finalidade.• Princípios e normas contábeis.• Componentes básicos da contabilidade: ativo, passivo, despesa, receita, equação patrimonial.• Contas: Lançamentos contábeis.• Mecânica contábil.• Livros contábeis e fiscais.• Sistemas de controle contábil de estoques.• Administração de capital de giro: conceitos, disponibilidades, duplicatas a



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

<ul style="list-style-type: none">• Interpretar os objetivos dados e informações do planejamento tributário.• Identificar o caráter normativo da legislação tributária e seu processo de taxação, sinalização, isenção, suspensão e deferimento de impostos, assim como: período base, período fiscal, depósitos, correções de valores.• Identificar e caracterizar pontos essenciais de uma política financeira e sua utilidade para executores e usuários.	<p>tais como: resultado financeiro, custo real dos juros, receita real dos juros, descontos obtidos, descontos concedidos, penalidades de atraso, prêmios de pontualidade, variáveis de aplicação</p>	<p>receber, estoques.</p> <ul style="list-style-type: none">• Fluxo de caixa.• Sistemas e Métodos de planejamento.• Planejamento e execução financeira.• Princípios e normas contábeis.• Componentes básicos da contabilidade: ativo, passivo, despesa, receita, equação patrimonial.• Lançamentos contábeis;• Mecânica contábil: variações patrimoniais, contabilização das transações e balancete.• Livros contábeis e fiscais.• Sistemas de controle contábil de estoques.• Depreciação: conceitos e principais métodos
--	---	---

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

- ÁVILA, Carlos Alberto. **Contabilidade Básica**. Curitiba: Editora do Livro Técnico, 2010.
- CARDOSO NETO, Felicíssimo. **Contabilidade de custos**. Saraiva. 1982.
- MARTINS, Elizeu. **Contabilidade de custos**. 9ª Ed. Ed. Atlas. 2009.
- PADOVEZI, Luis Clóvis. **Contabilidade Gerencial: Um enfoque no sistema de Informação Contábil**. Ed. Atlas. 2010.
- RIBEIRO, Osny Moura. **Contabilidade Básica Fácil**. São Paulo: Ed. Saraiva, 2007



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

MARION, José C. **Contabilidade básica**. São Paulo: Atlas, 1995.

RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade de custos fácil**. São Paulo: Saraiva, 2009.

INTRODUÇÃO A RECURSOS HUMANOS

OBJETIVOS:

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

EMENTA

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

COMPETÊNCIAS:

- Conhecer processos de recrutamento e seleção.
- Conhecer o processo de avaliação de desempenho.
- Conhecer processos motivacionais.
- Correlacionar a política de RH com manutenção, desenvolvimento e monitoramento.

HABILIDADES:

- Compreender o plano de cargos e salários.
- Desenvolver competências na área de procura ativa de emprego e gestão de carreira.
- Desenvolver o S.I.
- Desenvolver plano de benefícios (Motivação e Endomarketing).
- Discutir a relevância e as ofertas de formação ao longo do ciclo vital.

BASE TECNOLÓGICA:

- O novo desafio para a competitividade: gestão de pessoas.
- Globalização.
- Implicações para a natureza da competição.
- Implicações para o gestor de RH, como profissão.
- Teoria e prática da gestão de aprendizagem organizacional.
- Valorização do patrimônio intelectual da organização.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

	<ul style="list-style-type: none">• Elaborar desenho de cargos e salários.• Elaborar o banco de dados.• Elaborar relatório de auditoria.• Elaborar um planejamento de recursos humanos.• Perceber a necessidade de treinamento.• Socialização dentro do processo de obtenção de pessoal.	<ul style="list-style-type: none">• Sistema de recursos humanos.
--	---	--

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

COSTA, Érico da Silva. **Gestão de Pessoas**. Curitiba: Editora do Livro Técnico; 2010.

MARRAS, Jean Pierre. **Administração de Recursos Humanos**. São Paulo: Ed. Saraiva, 14 ed., 2011.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos Humanos**. Ed. Compacta. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1998.

MORGAN, G. **Imagens da Organização**. São Paulo: Atlas, 1997.

VROOM, V.H. **Gestão de pessoas, não de pessoal**. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

INTRODUÇÃO A 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.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

EMENTA

- Histórico e evolução logística.
- Cadeia de abastecimento.
- Logística integrada.
- Fluxos e processos logísticos.
- 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.

COMPETÊNCIAS:

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

HABILIDADES:

- Correlacionar a 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.

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.

BIBLIOGRAFICA BÁSICA

Campos, Luiz Fernando Rodrigues- LOGÍSTICA-TEIA DE RELAÇÕES-
Curitiba: Ibpex, 2007



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

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

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

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

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

PRODUÇÃO E QUALIDADE		
OBJETIVOS: Capacitar o aluno a adotar ações para a melhoria da qualidade dos resultados da organização.		
EMENTA <ul style="list-style-type: none">• O enfoque da disciplina está na Qualidade Total, na melhoria contínua dos processos e nos sistemas de qualidade e produção, como instrumentos estratégicos da administração de negócios.• A sua abordagem é a de mostrar como os instrumentos de aperfeiçoamento contínuo tanto de bens e serviços, como também da gestão do negócio, podem ser meios eficientes para melhorar a competitividade da empresa no mercado local e internacional.		
COMPETÊNCIAS: <ul style="list-style-type: none">• Desenvolver métodos de apoios para melhorias organizacionais.• Aplicar as ferramentas da qualidade e o ciclo PDCA como ferramenta para solução e melhorias.• Compreender os processos de certificação.• Planejar, organizar, coordenar e controlar	HABILIDADES: <ul style="list-style-type: none">• Aplicar conceitos da qualidade do produto, processo e organização, localizando a ISO 9000 no contexto da qualidade.• Identificar e aplicar ferramentas da qualidade usando o PDCA nos processos de mudanças da organização.	BASES TECNOLÓGICAS : <ul style="list-style-type: none">• Fundamentos históricos, evolução e conceituação da qualidade e produção.• Qualidade da organização.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

as etapas da qualidade.	<ul style="list-style-type: none">• Aplicar técnicas de gestão na solução de problemas, buscando a qualidade dos serviços conforme as normas internas da organização.	<ul style="list-style-type: none">• Compreensão das ferramentas gerenciais e operacionais da qualidade.• <i>Brainstorming</i> e 5w2h.• Certificação de sistemas de gestão de qualidade.• Sistemas informatizados de gestão da qualidade.• Medidas de desempenho e custos da qualidade.• Normas ISO.
<p>BIBLIOGRAFIA BÁSICA:</p> <p>MOREIRA, Daniel Augusto. Administração da Produção e Operações. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.</p> <p>OLIVEIRA, M.; SHIBUJA, K. ISO9000: guia de implantação. São Paulo: Atlas, 1996.</p> <p>PEINADO, Jurandir e GRAEML, Alexandre Reis. Administração da produção: operações industriais e de serviços. Curitiba: UnicenP, 2007.</p> <p>RUSSOMANO, Victor Henrique. Planejamento e controle da produção. 5. ed. São Paulo: Pioneira, 1995.</p> <p>SLACK, N. Administração da produção. São Paulo: Atlas, 1996.</p> <p>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:</p>		



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

CORREA, Henrique L. **Just-in Time, MRP II, OPT**: um enfoque estratégico. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1993.
HAMMER, Michael: **Além da reengenharia**. 1. ed. R. de Janeiro: Campus, 1997.

PESQUISA DE MERCADO

OBJETIVOS:

Utilizar a pesquisa de mercado como ferramenta no processo de decisão das estratégias de marketing, considerando a análise da percepção do comportamento dos consumidores e dos segmentos de mercado.

EMENTA

- A pesquisa social como instrumento para as decisões de marketing.
- Pesquisa quantitativa e qualitativa.
- A pesquisa na propaganda.
- Ferramentas para análise da segmentação de mercado.
- Testes de mercado.
- Pré-testes de campanhas.

COMPETÊNCIAS:

- Identificar situação problema a ser trabalhada na pesquisa de mercado.
- Diferenciar os tipos e técnicas de pesquisa pertinentes às necessidades da empresa com relação ao mercado
- Analisar o mercado de forma quantitativa e qualitativa através de informações

HABILIDADES:

- Utilizar diferentes métodos qualitativos e quantitativos para análise de mercado.
- Selecionar os tipos e técnicas de pesquisa ideais para a coleta e análise de informações.
- Selecionar fontes para realizar pesquisas de mercado e

BASES TECNOLÓGICAS:

- O processo de pesquisa de marketing: definição do problema e objetivos da pesquisa; desenvolvimento da pesquisa; coleta de dados/ informações; análise das informações; apresentação dos resultados
- Tipos e técnicas de pesquisa de mercado: quantitativa; qualitativa
- Análise quantitativa do mercado: a



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

<p>coletadas para planejamentos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interpretar os dados de pesquisa de mercado. 	<p>pesquisas de campo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Executar coleta de dados através de métodos e técnicas de pesquisa. • Organizar as informações coletadas para o estudo situacional. • Aplicar as informações coletadas nas decisões de marketing. 	<p>dimensão do mercado; estudos de mercado</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análise qualitativa do mercado: comportamento do consumidor; tendências atuais do consumo; necessidades e motivação; processo de decisão de compra • Gerenciamento das informações para decisões de marketing.
---	--	--

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

AAKER, David A.; Kumar, V.; Day, G. S. **Pesquisa de Marketing**. São Paulo: Ed. Atlas, 2001. BABBIE, Earl. **Métodos de pesquisas de Survey**. Belo Horizonte, 1999.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**: a edição do novo milênio. 10ª edição. São Paulo, 2000.

MATTAR, Fauze Nagib. **Pesquisa de Marketing**: metodologia, planejamento. Vol. 1. 5ª ed. - São Paulo: Ed. Atlas, 1999.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

CASTRO, Guilherme C. **Comportamento do consumidor e pesquisa de mercado**. Rio de Janeiro, 2006.

DI NALLO, Egeria. **Meeting Points**. São Paulo, 1999.

EMPREENDEDORISMO		
<p>OBJETIVOS Proporcionar o conhecimento das características empreendedoras, a busca das oportunidades de negócios e o desenvolvimento do plano de negócios de empresas de apoio ao desenvolvimento sustentável.</p>		
<p>EMENTA</p> <ul style="list-style-type: none"> • O perfil empreendedor. • Tipos de sociedades empresariais e individuais e empresas do terceiro setor. • Abordagens do século XXI das novas formações empresariais. • Inovação e Plano de negócio. 		



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

COMPETÊNCIAS: <ul style="list-style-type: none">• Conhecer as metodologias inerentes aos processos de organização de empresas e formas de empreendedorismo.• Desenvolver o perfil empreendedor;	HABILIDADES: <ul style="list-style-type: none">• Capacidade de identificação dos espaços disponíveis e propícios à realização de ações empreendedoras.• Utilizar os instrumentos administrativos, econômicos para a concretização de iniciativas empreendedoras.	BASE TECNOLÓGICA: <ul style="list-style-type: none">• Ferramenta de fomentos de negócios.
---	--	--

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BERNARDI, Luiz Antonio. Manual de empreendedorismo e gestão – fundamentos, estratégias e dinâmicas. São Paulo: Atlas, 2003;
DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2004;
GAUTHIER, Fernando Álvaro Ostuni; MACEDO, Marcelo. LABIAK JR. Silvestre, Empreendedorismo – Ed. LT, 2012.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2004.
DOLABELA, Fernando C. Oficina do Empreendedor. São Paulo: Ed. Cultura, 2000.

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.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

- 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

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, acompanhar a qualidade da execução 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.
- Sistemas de custos de processos administrativos e tecnológicos.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

organização e o funcionamento da gestão.	observar prazos na elaboração do planejamento.	<ul style="list-style-type: none">Influência dos sistemas de gestão para as ações de marketing da instituição.
<p>BIBLIOGRAFIA BÁSICA: CHIAVENATO, Idalberto. Introdução à teoria geral da administração. 4. Ed. São Paulo: MCGRAW-Hill, 1993. CHIAVENATO, Idalberto. Introdução a Teoria Geral de Administração. 7. Ed. São Paulo: Elsevier Editora. 2004. MAXIMIANO, Antonio Amaru. Teoria Geral de Administração. São Paulo: Atlas, 2000.</p> <p>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.</p>		

CULTURA DIGITAL

OBJETIVOS:

Propiciar aos estudantes o conhecimento básico acerca das diferentes possibilidades de comunicação e interação digital na atualidade. Reconhecer o ciberespaço como ambiente para o exercício da curiosidade intelectual. Conhecer a Cultura digital suas linguagens e tecnologias. Utilizar as tecnologias digitais como forma de ressignificar sua realidade e agir sobre a mesma amparada em princípios éticos, combatendo preconceitos e quaisquer outras formas de discriminação. Ampliar seu repertório cultural, tecnológico e científico a partir do domínio dos diferentes mecanismos de pesquisa disponíveis. Conhecer os mecanismos de funcionamento e operação das ferramentas básicas no ciberespaço a partir da compreensão do seu mecanismo de funcionamento dos sistemas computacionais. Possibilitar a produção e o compartilhamento de mídias, informações e novos conhecimentos.

EMENTA

- Computadores e dispositivos móveis.
- Redes de computadores.
- Surgimento e evolução da Internet.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

- Cibercultura, ciberespaço e mídias digitais.
- Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) como importante recurso nas mais diversas atividades profissionais.
- Redes sociais.
- *Netiqueta*.
- *Cyberbullying*.
- Autoria coletiva: Cooperação e Colaboração.
- Conhecimento básico de sistemas operacionais.
- Processadores de texto.
- Planilhas eletrônicas: Conceituação e Tabelas.
- Software de autoria/apresentação.
- Internet: buscas avançadas.

COMPETÊNCIAS:

- Examinar um computador reconhecendo suas partes e funções, como integrante dos seus repertórios de conhecimentos científicos e tecnológicos.
- Instigar o desenvolvimento de saberes e conhecimentos no ciberespaço, atrelados aos conhecimentos desenvolvidos no ambiente escolar a fim de entender e explicar a realidade em que está inserido, e, desta forma compreender sua complexidade (contextos, culturais,

HABILIDADES:

- Identificar os principais componentes e de um computador e suas capacidades de processar informações, bem como as funções de seus periféricos e suas funções.
- Conhecer os tipos e princípios de funcionamento dos dispositivos móveis.
- Conhecer a estrutura de uma rede de computadores.
- Conceituar as tecnologias da informação e comunicação presentes na atualidade.
- Compreender o sentido do termo cultura digital,

BASE TECNOLÓGICA:

Tecnologias e Cultura Digital:

- Computadores: principais componentes; capacidade de processamento e informação.
- Dispositivos móveis.
- Rede de Computadores e Internet;
- Ciberespaço.
- Tecnologias de Informação e Comunicação.
- Cultura digital ou cibercultura.
- Sociedade Digital.
- Redes Digitais e Sociais.
- Netiqueta.
- Cyberbullying.

Informática Básica:

- Sistemas operacionais – computadores e dispositivos móveis.
- Computação em nuvem.
- GoogleDrive e seus recursos.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

<p>políticos religiosos entre outros).</p> <ul style="list-style-type: none">• Desenvolver a curiosidade intelectual e ampliar o conhecimento científico a fim de observar causas, formular hipóteses e desenvolver a capacidade de solucionar questões do cotidiano e propor soluções criativas.• Utilizar os conhecimentos científicos disponíveis no ciberespaço como forma de construção do pensamento crítico.• Compreender a cibercultura como aglutinadora das diferentes manifestações culturais, e portanto, valorizá-las em suas singularidades.• Apropriar-se da linguagem própria do ciberespaço para expressar-se, compartilhar	<p>percebendo-se enquanto integrante da mesma, na medida em que reconhece seu potencial participativo.</p> <ul style="list-style-type: none">• Reconhecer a produção e os elementos da cultura digital, bem como seus produtores, enquanto construtores das identidades dos indivíduos na sociedade.• Identificar as principais redes sociais bem como suas diferentes possibilidades de utilização (uso pessoal, comercial entre outros).• Utilizar a “Netiqueta” (conjunto de regras básicas de comportamento para interação em ambiente virtual) na prática cotidiana.• Identificar ações e discursos que incitam práticas de Cyberbullying e outras formas discriminatórias.	<ul style="list-style-type: none">• Processadores de texto;• Planilhas eletrônicas: Conceituação e Tabelas;• Software de autoria/apresentação.• Internet: buscas avançadas.• Google Sites.
---	---	--



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

<p>experiências e produções autorais.</p> <ul style="list-style-type: none">• Fomentar a criatividade e inventividade por meio da produção de conteúdos para redes sociais (vídeos, textos, hipertextos, imagens entre outros).• Ampliar a capacidade comunicativa em âmbito global/local bem como posicionar-se de forma ética, inclusiva e respeitosa, reconhecendo os comportamentos adequados em âmbito digital e social.• Construir uma visão de mundo plural e inclusiva baseada em valores como ética, respeito, empatia, solidariedade, valorizando a diversidade a fim de eliminar preconceitos e formas de discriminação.• Reconhecer a “Netiqueta” como conjunto	<ul style="list-style-type: none">• Fomentar ações que combatam Cyberbullying e demais práticas discriminatórias em ambiente virtual.• Utilizar linguagem apropriada ao espaço virtual, tendo em vista uma postura respeitosa, democrática e inclusiva, a partir da premissa a erradicação e combate de práticas como Cyberbullying.• Produzir conteúdo de mídias sociais utilizando linguagem própria do ciberespaço.• Entender as funções dos sistemas operacionais de um sistema computacional e o funcionamento dos vários módulos que compõem um sistema computacional.• Conhecer as principais funções computacionais disponíveis em nuvem.	
--	---	--



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

<p>de normas de conduta e ética para expressar-se e manifestar-se em ambiente virtual.</p> <ul style="list-style-type: none">• Entender-se como parte do tecido social e, portanto, pautar suas ações no ciberespaço com base nos valores sociais vigentes.• Desenvolver por meio do conhecimento adquirido nos meios eletrônicos a responsabilidade adquirida por meio do conhecimento. Levar em conta os valores e promover ações que promovam cidadania.• Compreender os princípios de funcionamento dos sistemas operacionais como forma de ampliar suas aptidões e conhecimento para o mundo do trabalho.• Compreender o processo computacional	<ul style="list-style-type: none">• Conhecer as principais funcionalidades dos dispositivos móveis.• Operar o Google drive (upload, download, compartilhamento de arquivos e demais funções).• Operar processadores de texto.• Operar Planilhas eletrônicas.• Operar softwares de apresentação.• Realizar pesquisas avançadas na Internet.• Utilizar com eficiência os sites disponíveis no Google.• Identificar as categorias e utilidades das licenças digitais.• Debater acerca as práticas de pirataria considerando suas consequências nocivas.• Conhecer as premissas elementares de direitos autorais, utilizando as	
---	--	--



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

<p>em nuvem, a fim de ampliar a capacidade de resolução de problemas.</p> <ul style="list-style-type: none">• Analisar as funcionalidades dos recursos disponíveis no Google a fim de exercer o protagonismo e autoria nos ciberespaços.• Examinar o sistema de buscas disponíveis na internet enquanto ferramenta de para produção e enriquecimento do conhecimento.	<p>regras de citação, autoria, referência bibliográfica, entre outros.</p>	
<p>BIBLIOGRAFIA BÁSICA: BRITTO, Rovilson Robbi. Cibercultura: sob o olhar das culturas digitais. Saraiva, São Paulo, 2009. Guia Definitivo para o Google: O poderoso manual do usuário Manzano & Manzano. Estudo Dirigido de Informática Básica. Érica, 7ª edição, 2007. RECUERO, Raquel. Redes sociais da internet. Porto Alegre: Sulina, 2009. Torres, Gabriel. Redes de computadores – versão revisada e atualizada. Nova Terra, 2010.</p> <p>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR: CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999. CERNY, R. Z.; BURIGO, C. C. D.; TOSSATI, N. M. O currículo na cultura digital: impressões de autores de materiais didáticos para formação de professores. Revista de Educação Pública, v. 25, n. 59/1, p. 341-353, 2016. DIAS, Carla; GOMES, Roseli; COELHO, Patrícia. A capacidade adaptativa da cultura digital e sua relação com a tecnocultura. Teccogs: Revista Digital de Tecnologias Cognitivas, TIDD PUC-SP, São Paulo, n. 16, p. 138-152, jul-dez. 2018.</p>		



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

HEINSFELD, Bruna Damiana; PISCHETOLA Magda. Cultura digital e educação: uma leitura dos estudos culturais sobre os desafios da contemporaneidade. **Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação**, v. 12, n. esp. 2, p. 1349-1371, Ago.2017. Disponível em: <https://periodicos.fclar.unesp.br/iberoamericana/article/view/10301/6689>. Acesso em: 13. Jan.2020.

JENKIS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009

LEMONS, A. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2002.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

_____. **O que é o virtual?** São Paulo: 34, 1997.

LUCENA, Simone. Culturas digitais e tecnologias móveis na educação. **Educação em Revista**, Curitiba, n. 59, p. 277-290, Mar. 2016. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-40602016000100277&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 13. Jan. 2020.

MILL, D. **Escritos sobre educação: desafios e possibilidades para ensinar e aprender com as tecnologias emergentes**. São Paulo: Paulus, 2013.

MONTEIRO, D. M.; RIBEIRO, V. M. B.; e STRUCHINER, M. As tecnologias da informação e da comunicação nas práticas educativas: espaços de interação? Estudo de um fórum virtual. **Educação & Sociedade**. v. 28, n. 101, 2007, p. 1435-1454. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=000132&pid=S0101-7330201200010001600012&lng=pt. Acesso em: 13 de mai. 2013.

MONTEIRO, Mário. **Introdução à Organização de Computadores**. 4ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 2001.

NEGROPONTE, Nicholas. **Vida digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

NORTON, Peter. **Introdução à Informática**. São Paulo: Pearson Makron Books, 2007.

PALFREY, J. GASSER, U. **Nascidos na era digital: entendendo a primeira geração de nativos digitais**. Trad. Magda França Lopes. Porto Alegre: Editora Artmed, 2011.

PEIXOTO, J.; ARAUJO, C. H. dos S. Tecnologia e Educação; algumas considerações sobre o discurso pedagógico contemporâneo. **Educação & Sociedade**. Campinas, v. 33, n. 18, jan/mar 2012. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/es/v33n118/v33n118a16.pdf>. Acesso em: 20. jan. 2020.

SAVAZONI, R.; COHN, S. (Org). **Cultura digital.br**. Azougue Editorial: Rio de Janeiro 2009.

VIGOTSKI, L.S. **Pensamento e Linguagem**. Editora Martins Fontes. São Paulo, 2003.

ZABALA, A. **A prática educativa: como ensinar**. Porto Alegre: Artmed, 1998.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

OBJETIVO:

Capacitar para leitura, compreensão, interpretação e confecção de textos em diferentes suportes e sistemas de linguagem-escrita, oral. Imagética, digital, entre outras.

EMENTA

- Alguns conceitos linguísticos: comunicação/interação, língua, linguagem, cultura, texto/textualidade, discurso, linguagem verbal, não verbal, mista, multimodalidade, hipertexto, hipermissão, a leitura e a escrita no ciberespaço na era digital (leitor navegador).
- Intencionalidade comunicativa, conhecimento de mundo e aceitabilidade.
- Noções de variação linguísticas: norma padrão, norma culta, linguagem popular, gramática normativa, as diferenças fundamentais entre fala e escrita, os diferentes registros, adequação da linguagem, o preconceito linguístico.
- Noções de retórica (voz; respiração; dicção; velocidade; expressividade da fala; intensidade).
- Expressão verbal e corporal: técnicas de oratória para falar em público.
- Trabalho com gêneros orais formais: seminário, palestra, debate regrado, júri simulado, mesa-redonda, entrevista teatro.
- Textualidade e discurso com ênfase em aspectos temáticos composicionais e de estilo e textos de natureza técnico, científico e/ou acadêmico, reconhecer os elementos da cena enunciativa, a intencionalidade discursiva, identificar as diversas sequências textuais, os elementos coesivos e os aspectos de coerência. Identificar os diferentes gêneros de acordo com as situações discursivas. Produzir textos escritos considerando as articulações coerentes dos elementos linguísticos e adequações da situação comunicativa, bem como o registro da norma padrão.
- Gêneros Textuais: relato de atividades acadêmicas; resumo; resenha; artigo científico, artigo de divulgação científica, relatório, parecer técnico, correspondência comercial/empresarial, correspondência oficial: ofício, comunicados internos, ata de reunião, memorando, requerimento, declaração, procuração.

COMPETÊNCIAS:

- Ampliar a competência comunicativa.
- Conhecer a norma culta da língua.
- Utilizar diferentes

HABILIDADES:

- Ler e escrever com proficiência.
- Utilizar a língua de forma competente em diversas

BASES TECNOLÓGICAS:

- Formar não apenas profissionais, mas cidadãos que participem emancipadamente como falantes-ouvintes e leitores-escreventes de todas



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

<p>linguagens e tipologias textuais.</p> <ul style="list-style-type: none">• Conviver, crítica e ludicamente, com situações de produção de textos orais e escritos, atualizados em diferentes suportes e sistemas de linguagem: escrita, oral, imagética, digital, entre outras.• Demonstrar capacidade de reflexão sistemática sobre a língua e a linguagem.	<p>situações de comunicação.</p> <ul style="list-style-type: none">• Compreender as funções sociais do texto.• Compreender, analisar e criticar o conteúdo dos textos de natureza técnico, científico e/ou acadêmico.	<p>as práticas sociais do mundo em que vivem com vista a desenvolver nos estudantes conhecimentos, habilidades e atitudes que contribuam para o desenvolvimento social e econômico regional e do país, por meio do empreendedorismo, capitaneado por profissionais capacitados, e com isso minimizar a mortalidade de empresas, principalmente as Pequenas e Médias Empresas, permitindo o sucesso empresarial das mesmas e de seus tutores e idealizadores dos projetos.</p>
--	--	---

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

TEIXEIRA, Leonardo – Comunicação na Empresa – Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

FROLDI, Albertina Silva. Comunicação verbal. São Paulo: Pioneira, 1998.

GARCIA, O. Comunicação em prosa moderna. R. de Janeiro: Getúlio Vargas, 1984.

MARTINS, Dileta S., ZILBERKNOP, Lúbia S. Português instrumental. 14. ed. Porto Alegre: Sagra, 1992.

2º MÓDULO

ESTATÍSTICA



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

OBJETIVOS:

Fazer análise de dados e amostragem ligados ao Meio Ambiente.

EMENTA

- Dados e Amostragens,
- Tabelas e Gráficos estatísticos,
- Distribuição de frequência,
- Elementos de uma distribuição de frequência,
- Medidas de posição,
- Medidas de dispersão.

COMPETÊNCIAS:

- Utilizar fórmulas matemáticas e estatísticas a fim de aplicá-las em situações práticas;
- Utilizar as técnicas de amostragens;
- Construir tabelas, gráficos, diagramas e histogramas;
- Construir distribuição de frequências;
- Calcular a moda, a média e a mediana em diferentes distribuições de frequência;
- Utilizar cálculos de desvio médio, de variância e do desvio padrão para obter valores de incertezas e erros provenientes de medidas;
- Calcular o coeficiente de variação e a variação relativa;
- Utilizar o resultado dos cálculos de probabilidades a

HABILIDADES:

- Compreender fórmulas matemáticas e estatísticas;
- Identificar características de técnicas de amostragens;
- Realizar leitura e construção de tabelas, gráficos, diagramas e histogramas;
- Interpretar a distribuição de frequência;
- Obter a moda, a média e a mediana em diferentes distribuições de frequência;
- Calcular o desvio médio, a variância e o desvio padrão;
- Calcular o coeficiente de variação e a variação relativa;
- Calcular a probabilidade de obter uma

BASE TECNOLÓGICA:

- Coleta de dados
- Matriz de dados
- Introdução, definições e fases do método estatístico;
- Dados e amostragens: definições, dados absolutos e relativos;
- Tabelas, gráficos e diagramas, histograma;
- Distribuição de frequência;
- Elementos de uma distribuição de frequência;
- Medidas de posição: média, moda e mediana;
- Medidas de dispersão: desvio médio simples, variância e desvio padrão;
- Coeficiente de variação e variação relativa.
- População e amostra
- Probabilidade
- Tipos de variáveis



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

<p>fim de otimizar demandas específicas da área;</p> <ul style="list-style-type: none">• Reconhecer os tipos de variáveis para aplicá-las a conteúdo em cada caso;	<p>situação específica;</p> <ul style="list-style-type: none">• Conhecer e descrever os tipos de variáveis;• Calcular o erro de medidas realizadas;• Reconhecer variáveis de pesquisas de dados;	<ul style="list-style-type: none">• Amostras e população• Procedimentos de amostragem• Mensuração, instrumentos de medida e erros de medida (desvio padrão)• Modelos de distribuições (curva normal)
--	--	---

BIBLIOGRAFICA BÁSICA

BRAULE, Ricardo. Estatística Aplicada com Excel. Editora Campus.

CASTRO, Lauro Sodré Viveiros; Exercícios de Estatística. Rio de Janeiro, 1994

CRESPO, Antonio A. – Estatística Fácil - Editora Saraiva. 18^a edi o. 2002

LAPPONI, Juan Carlos – Estatística usando Excel – Editora Campus. 4^a edi o

LARSON, Ron et al. – Estatística Aplicada – Editora Pearson / Prentice Hall. 2^a edi o.

MORETTIN, Pedro A – BUSSAB, Wilton O. – Estatística Básica. Editora Saraiva

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

MAGALHÃES, Marcos Nascimento; LIMA, Antonio Carlos Pedroso. No oes de probabilidade e estatística. 7. ed. São Paulo: Edusp, 2013.

MORETTIN, Pedro Alberto; BUSSAB, Wilton de Oliveira. Estatística básica. 8.ed. Saraiva, 2013.

NOVAES, Diva Valério; COUTINHO, Cileda de Queiroz e Silva. Estatística para a educa o profissional e tecnológica. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

ECONOMIA

OBJETIVOS:

Proporcionar que os discentes interpretem e apliquem os conceitos econ micos inerentes   administra o de empresas.

EMENTA

- Introdu o   Economia.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

<ul style="list-style-type: none">• Microeconomia.• Macroeconomia.		
COMPETÊNCIAS:	HABILIDADES:	BASE TECNOLÓGICA:
<ul style="list-style-type: none">• Entender a importância da economia.• Entender a dinâmica dos sistemas e agentes econômicos.• Reconhecer as diferentes estruturas de mercado.• Identificar os problemas gerados pela inflação.• Reconhecer os problemas gerados pela inflação.• Identificar os diferentes tipos de empresas e seu enquadramento na estrutura de mercado.• Entender as políticas utilizadas pelo governo para controlar as operações econômicas.	<ul style="list-style-type: none">• Estabelecer e identificar os fundamentos históricos da economia.• Aplicar os conceitos de sistemas econômicos em negociações.• Reconhecer as estruturas de mercado e sua influência no comércio.• Definir políticas para as empresas a partir do reconhecimento das ações do governo para o controle da economia.• Analisar o impacto das operações para o equilíbrio da economia nacional.• Adquirir noções sobre o balanço de pagamentos do país, como também a política cambial e o combate à inflação.	<ul style="list-style-type: none">• Evolução histórica da economia.• Conceitos fundamentais para a economia.• Teorias de funcionamento dos mercados (teoria da demanda, teoria da oferta, equilíbrio do mercado).• A teoria do consumidor.• Estruturas de mercado: concorrência perfeita e monopolística, monopólio e oligopólio.• Conceitos e seus desdobramentos em políticas e contabilidade nacional.• A inflação, o desemprego e sua problemática relação.• O comércio internacional e o balanço de pagamentos.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

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.

ANÁLISES DE MERCADO E AÇÕES

OBJETIVOS:

Gerar Conhecimento técnico adequado para que o estudante egresso possa realizar avaliações assertivas acerca do mercado de ações

EMENTA

- Mercado de capitais: primário e secundário;
- Análise fundamentalista;
- Análise técnica;
- Eficiência de mercado;
- Seleção e avaliação de carteiras;
- Teoria de Portfólios;
- Modelo de precificação de ativos de capital;
- Índices de Avaliações de fundos de investimentos.

COMPETÊNCIAS:

- Aplicar o conhecimento a respeito da organização de ações do mercado primário, a fim de definir as possibilidades adequadas a cada pessoa, perfil, empresa;

HABILIDADES:

- Conhecer a organização de ações do mercado primário;
- Conhecer a organização de ações do mercado secundário.
- Conhecer os meios de avaliações de

BASE TECNOLÓGICA:

- Mercado de Capitais: Mercados Organizados de Ações
- Mercado primário
- Ações e debêntures
- Lançamento público de ações (UNDERWRITING);
- Mercado de balcão;

Mercado secundário



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

<ul style="list-style-type: none">• Aplicar o conhecimento a respeito da organização de ações do mercado secundário, a fim de definir as possibilidades adequadas a cada pessoa, perfil, empresa.• Avaliar investimentos em ações por meio da análise fundamentalista e da análise técnica;• Utilizar o conhecimento a análise estatística utilizadas nas montagens de portfólios;• Utilizar o conhecimento realizado no processo de precificação de ativos a fim de realizar melhores avaliações de investimentos;	<p>investimentos em ações;</p> <ul style="list-style-type: none">• Conhecer os métodos de avaliações: análise fundamentalista, análise técnica.• Conhecer a análise estatística utilizadas nas montagens de portfólios;• Conhecer os modelos de precificação de ativos;	<ul style="list-style-type: none">• Bolsas de Valores, sociedades corretoras, distribuidoras de títulos e valores mobiliários;• Modalidades Operacionais: mercado à vista, termo, futuro e opções. <p>Avaliação de investimento em ações</p> <ul style="list-style-type: none">• Análise fundamentalista;• Análise técnica;• Eficiência de mercado;• Seleção e avaliação de carteiras;• Teoria de portfólios: Estatísticas utilizadas na montagem de portfólios, diversificação, linha do mercado de capitais (CML);• Modelo de precificação de ativos de capital: CAPM: Linha de mercado de títulos (SML) x linha do mercado de capitais (CML);• Índices de avaliação de fundos de investimentos.
--	---	--

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

HULL, John. **Fundamentos dos mercados futuros e de opções**. 4. ed. São Paulo: BM&F, 2005.

ASSAF, Alexandre. **Mercado financeiro**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2009.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

DAMODARAN, A. **Gestão estratégica do risco**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

PINHEIRO, **Juliano Lima. Mercado de capitais: fundamentos e técnicas**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

BERNSTEIN, P. L. **A história do mercado de capitais: o impacto**. Rio de Janeiro: Campus, 2007.

GESTÃO PÚBLICA

OBJETIVOS:

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

EMENTA

- Origens e princípios da Administração Pública
- Introdução e contextualização histórica e teórica das relações entre Estado, Governo e Mercado;
- Administração Pública como estratégia para a produção dos serviços públicos: Tipos de instituições e organizações, Serviços Públicos, Elaboração e avaliação de projetos, Políticas Públicas;
- Noções de Compras, Contratos e Licitações: Lei 8.666/93.
- As formas não governamentais de prestação dos serviços públicos: Terceiro setor e Responsabilidade social;
- Os principais modelos de Administração Pública: O modelo Burocrático e o modelo Gerencial (Nova Administração Pública)
- Gestão de Pessoas no setor público
- Novas tendências na administração pública: Governança e Transparência, Governo Eletrônico, Administração por resultados, Parceria Público-privada, Gestão em redes, Marketing no setor público.

COMPETÊNCIAS:

- Desenvolver métodos de apoios para melhorias nos

HABILIDADES:

- Aplicar conceitos da administração pública no

BASES TECNOLÓGICAS:

- Origens e Princípios da Administração



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

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



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BOBBIO, Norberto. **Estado, governo, sociedade**: para uma teoria geral da política. 11. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2004.

COELHO, Ricardo C. **Estado, governo e mercado**. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração / UFSC; [Brasília]: CAPES: UAB, 2009. Disponível em:

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

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

Disponível em:

<https://educapes.capes.gov.br/bitstream/capes/401283/1/elaboracao_e_avaliacao_de_projetos-GPM-online-atualizado.pdf>

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

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

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

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

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

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

KETTL, D. A revolução global: reforma da administração do setor público. In: BRESSER-PEREIRA, L.; SPINK, P. (Org.). **Reforma do Estado e Administração Pública Gerencial**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1998.

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

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

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

GESTÃO DE MÍDIAS SOCIAIS

OBJETIVOS

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



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

EMENTA

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

COMPETÊNCIAS:

- Planejar e executar as estratégias de marketing da empresa, ou profissional, nas redes sociais;
- Monitorar e interpretar dados e informações dos relatórios gerenciais;
- Pesquisar e produzir conteúdos para as redes sociais;
- Gerenciar crises relacionadas à marca ou à imagem nas redes sociais;

HABILIDADES:

- Definir formatos, temas e conteúdo das postagens;
- Definir ações estratégicas em diferentes canais, como Facebook e Instagram, por exemplo;
- Definir tipos de mídias a serem utilizados nas redes sociais;
- Saber acompanhar as tendências de mercado;
- Saber definir e agendar dias e horários de publicações;
- Analisar e definir nichos de mercado ideais para cada tipo de negócio;
- Definir os KPIs da marca e a estratégia de SEO e de conteúdo;

BASES TECNOLÓGICAS:

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



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

	<ul style="list-style-type: none">• Mensurar métricas como engajamento por posts, taxa de conversão em anúncios, alcance das publicações, menções do público com a marca, atividade de concorrentes, dentre outros;• Saber pesquisar temas e referências para produção de conteúdos;• Saber escrever textos, gravar e editar vídeos, edição de fotos, dentre outras técnicas de edição gráfica;• Utilizar ferramentas de apoio à rotina de trabalho como aplicativos informatizados;• Reconhecer problemas e dar respostas rápidas ao público ou aos clientes;	<p>redes sociais: <i>Agendamento de posts, Impulsionamento, Relatórios, SAC, Captação de leads, dentre outras.</i></p> <ul style="list-style-type: none">• Principais formas de usos das redes sociais online pelos usuários.• O perfil do analista de mídias sociais (social media)• O mercado de trabalho para o social media• Redes Sociais como ferramentas de marketing: <i>audiência, tráfego, autoridade, engajamento, produção de conteúdos, identidade visual, tendências, dentre outras.</i>• Impactos das Redes Sociais para as organizações.
--	--	--

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

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

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

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

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



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

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

LARROSSA, Luciano. **Facebook para Negócios:** Como vender através da maior rede social do mundo. 1ª Edição. São Paulo: DVS Editora, 2018.

REZ, Rafael. **Marketing de Conteúdo:** A Moeda do Século XXI. São Paulo : DVS Editora, 2016.

GABRIEL, Martha. **Marketing na Era Digital:** Conceitos, Plataformas e Estratégias. São Paulo: Novatec Editora, 2010.

E-COMMERCE

OBJETIVOS:

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

EMENTA

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

COMPETÊNCIAS:

HABILIDADES:

BASE TECNOLÓGICA:



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

<ul style="list-style-type: none">• Compreender os conceitos de e-commerce e e-business.• Ser capaz de realizar correto planejamento para posicionamento de uma empresa em quaisquer ambientes (físicos ou virtuais)	<ul style="list-style-type: none">• Conhecer aspectos relacionados à segurança de aplicações comerciais para a Web e oferecer uma visão geral das principais tecnologias usadas no setor.• Identificar os principais modelos de negócio utilizados na Internet com e-commerce.• Conhecer as melhores práticas do setor de e-commerce.	<ul style="list-style-type: none">• Histórico e evolução do Comércio até o comércio eletrônico.• Economia digital: transformação digital e mudanças econômicas.• Conceito de <i>e-commerce</i>• Classificação e tipos de e-commerce.• Vantagens do <i>e-commerce</i> para os Clientes.• Construção da Marca e Relacionamento com o Cliente.• Comportamento do consumidor e mercado.• Segurança nas Transações de <i>e-commerce</i>.• Atendimento ao cliente, propaganda, privacidade e segurança na web.• Técnicas de vendas em ambientes virtuais.• <i>Business to business; business-to-consumer; consumer to consumer.</i>• <i>E-marketing.</i>• <i>Live marketing.</i>• Logística aplicada ao e-commerce.
---	---	--



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

		<ul style="list-style-type: none">• Legislação sobre o comércio e negócios eletrônicos.• Comportamento do consumidor e mercado,• Mecanismos de Mercado no Comércio Eletrônico.• Tipos de <i>e-commerce</i> e estudo de empresas líderes do setor.
--	--	--

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

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

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

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

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.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

- Elaboração da estratégia de marketing.

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

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

Apostilas. **Código do Consumidor e Código do Fornecedor**;
CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração**. 4. ed. São Paulo: Makron-Books, 1993.

_____. **Introdução à Teoria geral da administração**. 4. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 1983.

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

COMUNICAÇÃO E BRANDING

OBJETIVOS:



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

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;

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

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, multimarcas
- Brand Equity
- Sistema de métricas de gestão do valor da marca
- Top of mind x Share of time
- A Marca sonora e olfativa
- Posicionamento e benefícios da Marca
- Arquétipos de marca
- e-branding
- Humanização de marcas
- Design de marcas: Símbolos visuais, iconografia e os protagonistas do regime de visibilidade da marca
- Ranking das Marcas nacionais e internacionais – *Interbrand*



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

<ul style="list-style-type: none">• Criar, administrar e posicionar marcas em mercados competitivos ;• Desenvolver projetos em grupo;	<p>empresa ;</p> <ul style="list-style-type: none">• Estabelecer os propósitos, promessa, atributos e posicionamento de marca;• Saber utilizar modelos de mensuração e identificar características do <i>brand equity</i>;• Identificar os tipos de experiências de marca (<i>brand experience</i>);• Utilizar técnica de <i>brand experience</i>;• Desenvolver habilidades para trabalhar em	
--	---	--



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

	equipe como comunic ação, proativid ade, confianç a, capacid ade de mediaçã o, empatia, flexibilid ade, dentre outras;	
--	--	--

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

AAKER, David A. **Marcas: brand equity gerenciando o valor da Marca**. Campus, 1998.

BARDIN, L. **Analise 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.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

_____; TROUT, Jack. **Posicionamentos: a batalha por sua mente.** Thonson Learning, 2003.
TYBOUT, Alice M; CALKINS, TIM. **Branding.** São Paulo: Atlas, 2006.

PROJETO INOVADOR

OBJETIVOS:

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

EMENTA

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

COMPETÊNCIAS:

- Construir planos com metas e prazos bem estabelecidos e segui-los;
- Construir uma carteira de investimentos congruente com o perfil do investidor, com a análise e riscos e objetivos;
- Através das contínuas avaliações da carteira de investimentos, tomar as atitudes necessárias para otimizar a carteira minimizando os erros;

HABILIDADES:

- Estabelecer metas e criar cronogramas;
- Conhecer as possibilidades para a carteira de investimentos (carteira de *Small Caps*, carteira de *Value Investing*, carteira de Ações, carteira de Renda Fixa, carteira por Perfil do Investidor, carteira de Previdência Privada, carteira de [Fundos Imobiliários](#) e carteiras de Análise Técnica);
- Realizar Avaliações contínuas da carteira de investimentos;

BASES

TECNOLÓGICAS:

- Conceito de Plano de Investimentos (objetivos, avaliação de riscos, prazos, Valores);
- A importância de um plano de investimento;
- Como montar um plano de investimento;
- Entenda o perfil do investidor de acordo com seu orçamento pessoal;
- Metas e Cronogramas;
- Carteira de investimentos e a diversificação dos investimentos;
- Análise de riscos;



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

<ul style="list-style-type: none">• Avaliar as variações econômicas no Brasil e no mundo e relacioná-las ao mercado de investimentos;	<ul style="list-style-type: none">• Entender a relação entre as taxas de juros adotadas no país e a inflação;• Entender a relação entre as variações das principais moedas do mundo e a brasileira;• Avaliar as variações econômicas no Brasil e no mundo e relacioná-las ao mercado de investimentos.	<ul style="list-style-type: none">• Carteira de dividendos, carteira de <i>Small Caps</i>, carteira de <i>Value Investing</i>, carteira de Ações, carteira de Renda Fixa, carteira por Perfil do Investidor, carteira de Previdência Privada, carteira de Fundos Imobiliários e carteiras de Análise Técnica.• Avaliação e correção de rotas;• Estudos acerca da economia Mundial e suas interferências no Brasil – Variação das taxas de Juros, Inflação, principais moedas e criptomoedas.
---	--	--

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

CERBASI, Gustavo. Investimentos Inteligentes, 1. ed. 1999.
GRAHAM, Benjamin. O investidor inteligente. 1. ed. HarperCollins. 2016.
DAMODARAN, [Aswath](#). Filosofias de Investimento. Estratégias Bem-Sucedidas e os Investidores. QualityMark. 2017.
SILVA, [Frederico](#). Aprenda a Investir: Do Planejamento À Execução. Independently Published, 2018.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

MOREAU [Pierre](#), BARTUNEK [Florian](#), NAPOLITANO [Giuliana](#). Fora da Curva. Os Segredos dos Grandes Investidores do Brasil e o que Você Pode Aprender com Eles. 1.ed. Portfolio 2016.
TEIXEIRA, Elson A; TOMANINI, Claudio; MEINBERG, Jose Luiz, PEIXOTO, Luiz Carlos. Gestão de Vendas. Editora FGV, 2004.
THULL, Jeffrey. Gestão de Vendas Complexas. Editora Saraiva, 2007.
WANKE, Peter; JULIANELLI Leonardo. Previsão de Vendas: Processos Organizacionais & Métodos Quantitativos e Qualitativos. São Paulo: Atlas, 2006.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

MÉTODOS E TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS

OBJETIVOS:

Compreender os processos e rotinas organizacionais e suas aplicabilidades.

EMENTA

- Funções na administração.
- Movimento de caixa.
- Contas a pagar e contas a receber.
- Controle de conta corrente.
- Planejamento de fluxo de caixa.
- Trabalhar com relatórios e prazos.
- Cobrança e órgãos de proteção ao crédito e de fomento.

COMPETÊNCIAS:

- Analisar problemas na organização, detectar a causa e propor soluções.
- Detectar custo/benefício para a organização.
- Estabelecer relações entre a análise estrutural e os processos administrativos.

HABILIDADES:

- Saber quantificar custos na empresa.
- Criar sistemas de controle: documentos, ofícios e comunicação interna.
- Criar rotinas administrativas.
- Utilizar as teorias da administração nos processos administrativos.

BASES TECNOLÓGICAS:

- Teorias da Administração;
- Contabilidade e sistemas de controle.
- Desenvolvimento prático do pensamento em administração.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

GONÇALVES, Claudinei Pereira, **Métodos e técnicas Administrativas**, Curitiba, Editora do Livro Técnico, 2011.
HILST, Sérgio et al. **Gerenciamento de processos de negócios**. São Paulo: Érica, 2007.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Sistemas, organização e métodos**: uma abordagem gerencial. 20. ed. São Paulo: Atlas, 2012.