

UNIVERSIDADE FEDERAL DO VALE DO SÃO FRANCISCO - UNIVASF

PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Petrolina-PE
2008

Presidente da República Federativa do Brasil
Luiz Inácio Lula da Silva

Ministro da Educação
Fernando Haddad

Secretário da Educação Superior
Ronaldo Mota

UNIVERSIDADE FEDERAL DO VALE DO SÃO FRANCISCO - UNIVASF

Reitor

Prof. Dr. José Weber Freire Macedo

Vice-Reitor

Prof. MSc. Paulo César da Silva Lima

Pró-Reitorias

Pró-Reitoria de Ensino

Prof. MSc. Valdner Daízio Ramos Clementino

Pró-Reitoria de Integração aos Setores Comunitários e Produtivos

Prof^a. MSc. Alvany Maria dos Santos Santiago

Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação

Prof. Dr. Mário de Miranda Vilas Boas Ramos Leitão

Pró-Reitoria de Planejamento e Administração

Prof. Esp. Péricles Tadeu da Costa Bezerra

UNIVERSIDADE FEDERAL DO VALE DO SÃO FRANCISCO - UNIVASF

Campus de Petrolina

Av. José de Sá Maniçoba, s/nº-Centro

56.304-917-PETROLINA-PE

Telefones 87 3862 9363-3869-2413-3709-9375-5013

e-mail: univasf@univasf.edu.br, cadm@univasf.edu.br, cenf@univasf.edu.br,

cpsi@univasf.edu.br, cmed@univasf.edu.br

Fazenda Experimental

Rodovia BR 407 Km 12-Lote 543-Projeto de Irrigação Senador Nilo Coelho, s/nº-C-1

56.300-000-PETROLINA-PE Telefones: 087 3986 3804-3800-3802-3801

e-mail: czoo@univasf.edu.br, cmvet@univasf.edu.br

Campus Juazeiro

Avenida Antonio Carlos Magalhães, nº. 510-Country Club

48.902-300-JUAZEIRO-BA

Telefones 074 3613 8401-8423,8348,8332,8343,8344,8402

e-mail: cenamb@univasf.edu.br, ccivil@univasf.edu.br, ccomp@univasf.edu.br,

cenel@univasf.edu.br, cenmec@univasf.edu.br, cprod@univasf.edu.br

Campus Serra da Capivara

Telefones 089 3582 2120-2134-2102-2168-e-mail arqueologia@univasf.edu.br

64.770-000-SÃO RAIMUNDO NONATO-PI

COORDENAÇÃO GERAL DO CURSO

Coordenador

Prof. MSc. Edílson Pinheiro de Araújo

Subcoordenador

Prof. Esp. Deranor Gomes de Oliveira

CORPO DOCENTE DO COLEGIADO DE ADMINISTRAÇÃO

Prof. MSc. Abdinardo Moreira Barreto de Oliveira

Prof^a. MSc. Alvany Maria dos Santos Santiago

Prof. MSc. Arcanjo Ferreira de Souza Neto

Prof^a. MSc. Ariádne Scalfoni Rigo

Prof. Esp. Deranor Gomes de Oliveira

Prof. MSc. Edílson Pinheiro de Araújo

Prof. MSc. Eduardo Tadayoshi Omaki

Prof. Dr. Emiliano Unzer Macedo

Prof^a. MSc. Liliane Caraciolo Ferreira

Prof. Esp. Luiz Antônio Costa de Santana

Prof. MSc. Nelson Alves de Souza Filho

Prof. MSc. Renato de Sá Teles

Prof^a. MSc. Tarina Unzer Macedo

Prof. MSc. Valdner Daízio Ramos Clementino

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 DADOS DA INSTITUIÇÃO	17
2.1 Histórico	17
2.2 Missão Institucional	17
2.3 Visão Institucional	17
2.4 Justificativa do Projeto Político do Curso	18
3 DADOS DO CURSO	19
3.1 Regulamentação da Profissão	21
3.1.1 Campos de Atuação do Profissional Administrador	22
4 PRINCÍPIOS NORTEADORES DO PP	25
5 CONCEPÇÃO PEDAGÓGICA DE EDUCAÇÃO	27
5.1 Contextualização e integração entre teoria e prática	27
5.2 Interdisciplinaridade	28
5.2.1 Núcleos Temáticos Multidisciplinares - NTMs	28
5.3 Flexibilidade Curricular	28
5.3.1 Disciplinas Eletivas	29
5.3.2 Disciplinas de Tópicos Especiais	29
5.4 Pilares da Concepção de Ensino	29
5.5 Linhas Metodológicas do Curso	30
6 MISSÃO DO CURSO E OBJETIVOS	33
6.1 Objetivos do Curso	33
7 PERFIL DO PROFISSIONAL DESEJADO	35
8 MATRIZ CURRICULAR	37
8.1 Estrutura Curricular	37
8.1.1 Nomenclatura	38
8.2 Estrutura Geral do Curso de Administração	39
8.3 Sistema de Avaliação da Aprendizagem	40
8.4 Estrutura Semestral de Disciplinas Sugerida	41
8.5 Matriz Semestral de Disciplinas Sugerida	45
9 EMENTÁRIO	47
9.1 Disciplinas do Ciclo de Formação Geral	47
9.2 Disciplinas do Ciclo de Formação Profissional	62
9.2.1 Bloco de Formação Profissional Básica	62
9.2.2 Bloco de Formação Profissional Avançada	81
9.3 Disciplinas do Ciclo de Eletivas	94
9.4 Disciplinas de Tópicos Especiais	94
9.5 Estágio Curricular Supervisionado	130

10 ARTICULAÇÃO DE ENSINO COM PESQUISA, EXTENSÃO E PÓS-GRADUAÇÃO	133
10.1 Linhas e Projetos de Pesquisa	133
10.2 Programas e Atividades de Extensão	135
10.3 Pós-Graduação	138
10.4 Incentivo à Pesquisa e Extensão	139
11 PRÁTICAS INOVADORAS	141
11.1 Disciplinas de Tópicos Especiais	141
11.2 Disciplinas Eletivas	141
11.3 Disciplinas Optativas	142
11.4 Núcleos Temáticos	142
11.5 Estágio Curricular Supervisionado	142
12 ATIVIDADES OU RECURSOS DE COMPLEMENTAÇÃO AO CURRÍCULO ..	145
12.1 Salas de Aula	145
12.2 Sala da Coordenação	145
12.3 Sala de Reuniões do Colegiado Acadêmico	145
12.4 Sala dos Professores.....	145
12.5 Recursos Audiovisuais e Multimídia	146
12.6 Anfiteatro	146
12.7 Laboratório de Informática.....	146
12.8 Laboratório de Práticas Empresariais	146
12.8.1 Previsão de Uso Semestral do Laboratório de Práticas Empresariais ..	147
12.9 Sala da UNIVASF Júnior	147
12.10 Sala da Representação Estudantil	148
12.11 Biblioteca	148
12.12 Área de Lazer e Circulação	148
12.13 Serviços de Apoio	148
13 Corpo Docente.....	149
14 Recursos Humanos envolvidos no PP (do Curso)	151
15 Processos de avaliação.....	153
15.1 Processo de Avaliação do Curso	153
15.2 Avaliação da Aprendizagem: Considerações Didáticas Sobre as Dimensões do Ser Humano	153
15.3 A Avaliação Relacionada ao Processo de Aprendizagem	155
15.3.1 As Principais Questões	156
15.3.2 Das Finalidades da Avaliação da Aprendizagem	156
15.3.3 Dos Princípios do Processo Avaliativo da Aprendizagem	157
15.3.4 Dos Indicadores de Desenvolvimento de Competências	157
15.3.5 Dos Procedimentos do Educador	157

15.3.6 Dos Instrumentos para Realizar a Avaliação Mediadora Processual da Aprendizagem	158
15.3.7 Instrumentos de Avaliação Alternativos.....	158
16 IMPLEMENTAÇÃO DO PP	161
Cronograma.....	161
17 ACOMPANHAMENTO DO PP.....	163
18 ESTRUTURA ADMINISTRATIVA DO COLEGIADO DE ADMINISTRAÇÃO ...	165
18.1 Diretrizes	165
18.2 Competências do Colegiado	165
18.3 Competências do Coordenador do Curso	166
18.4 Representação Estudantil	167

1 INTRODUÇÃO

A UNIVASF é uma instituição de ensino superior vinculada ao Ministério da Educação, criada com o nome de FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DO VALE DO SÃO FRANCISCO. Foi legitimada pela Lei nº. 10. 473 de 27 de junho de 2002, que a conferiu uma natureza fundacional, com sede na cidade de Petrolina, Estado de Pernambuco, tendo o semi-árido nordestino e o Vale do São Francisco como referenciais. É a única Universidade Federal Brasileira que possui campus em três estados: Pernambuco, Bahia e Piauí.

O início efetivo de suas atividades acadêmicas ocorreu em outubro de 2004 com o ingresso de discentes em onze cursos de graduação provenientes do primeiro processo seletivo vestibular.

A comunidade do Vale do São Francisco é palco de um processo planejado de integração de atores que busca a eficácia e eficiência do princípio do desenvolvimento sustentável local, região que tem demonstrado um grande potencial econômico que se irradia nas demais áreas organizacionais como um imperativo de gestão eficiente das mesmas — social, político, cultural e tecnológico.

Fundação Universidade Federal do Vale do São Francisco - UNIVASF atua no entorno de uma região abrangida por um raio de 250 quilômetros, centrado nas cidades de Petrolina e Juazeiro, englobando um total de 74 (setenta e quatro) municípios em três estados do Nordeste, sendo 35 (trinta e cinco) na Bahia, 30 (trinta) em Pernambuco e 9 (nove) no Piauí. Esta região se caracteriza por passar por prolongadas estiagens, e está localizada no chamado Semi-Árido Nordestino, cujo alcance total chega a 900 municípios, com aproximadamente 17 milhões de habitantes. Na área que engloba as cidades de Petrolina e Juazeiro, destaca-se a chamada agroindústria, onde são cultivadas, entre outras frutas, manga e uva. Esse cultivo alcança também os municípios de Curaçá, Sento Sé e Casa Nova, na Bahia.

No que se refere à bacia hidrográfica, destaca-se o uso múltiplo das águas do Rio São Francisco, tanto na geração de energia quanto na irrigação. Este último uso da referida bacia, em Petrolina e Juazeiro, ganhou força em meados dos anos de 1980, com a chamada agroindústria voltando-se, especialmente, para a fruticultura, tanto nas culturas permanentes (manga, uva e banana) quanto nas culturas temporária, cuja produção vai além das frutas (mandioca e cebola). Este processo trouxe, em

contrapartida, uma sensível redução dos empregos puramente agrícolas da região, mas impulsionou o incentivo ao agronegócio, no qual a exportação é o aspecto de maior relevância.

Além da produção de uva e manga, os pomares irrigados da região são cobertos por outras 45 diferentes culturas, com destaque para o coco, goiaba e cítricas. A produção de grãos e culturas de ciclo curto são também exploradas com vistas ao atendimento do mercado consumidor interno e ao processamento agroindustrial, a exemplo do feijão, tomate industrial e de mesa, pimentão e abóbora.

Por este perfil, Petrolina e Juazeiro geram um desenvolvimento econômico notável, uma vez que tal cultura não só cria 16.000 empregos diretos na região, mas também lhes dá visibilidade na economia do país e do mundo, pois cada vez mais se exportam tais frutas sob rigorosos critérios de avaliação de qualidade.

Este desenvolvimento tornou-se mais expressivo entre os anos de 1960 a 1994, onde se observou um crescimento médio anual de 4,7% na região, apesar das sucessivas crises na economia do país ao longo destes 34 anos. No entanto, não há dúvidas de que seu processo de crescimento e desenvolvimento se deu também por uma progressiva industrialização dos setores agrícolas (no que se refere, principalmente, ao cultivo das frutas supracitadas) e pelos incentivos fiscais, o que atraiu um maior número de investidores. Como consequência natural deste progresso econômico, melhorou-se também o nível de vida das pessoas que habitam na região.

A formação deste tecido decorre do grau de desenvolvimento e da organização desses atores. No limiar desse cenário, é criada a Fundação Universidade Federal do Vale do São Francisco – UNIVASF, instituição de ensino superior que tem por função ministrar o ensino, fomentar a pesquisa e difundir o conhecimento gerado através da prática de extensão em um processo contínuo de aprendizagem mútua.

A busca contínua do conhecimento é o princípio que satisfaz a demanda social, fonte de referência das várias necessidades prementes do processo de organização do sistema. Desse cenário nasce o curso de administração da UNIVASF que se soma aos atores em busca de respostas no pensar das ações da comunidade do Vale do São Francisco de maneira a retro-alimentar o processo.

O Curso de Administração da UNIVASF tem como diretrizes do processo de ensino-aprendizagem e as vocações regionais do Vale do São Francisco e por objetivo formar profissionais cidadãos com conhecimentos, habilidades e atitudes necessárias para atuar na administração de organizações privadas, públicas ou não-governamentais, conscientes de suas responsabilidades sociais e ambientais, bem como desenvolver a capacidade de compreensão do seu ambiente e as relações nele existentes.

Depois de formados, os bacharéis poderão atuar nas seguintes áreas: Administração Financeira; Administração de Material; Administração Mercadológica;

Administração da Produção; Relações Industriais e Gestão de Pessoas; Orçamento; Organização, Sistemas e Métodos; Programas de Trabalho; Administração de Consórcio; Administração de Processamento de Dados; Administração de Comércio Exterior; Administração Rural; Administração de Cooperativas; Administração Hoteleira; Administração Hospitalar; Factoring, Administração de Condomínios; e Turismo.

O título de Bacharel em Administração pela UNIVASF também habilita o diplomado a:

- Programas de pós-graduação *stricto sensu* de mestrado e doutorado no Brasil e no exterior;
- Concursos públicos federais, estaduais e municipais, em todas as esferas, nas áreas de administração ou ensino de administração;
- Concursos da Escola de Administração do Exército (EsAEx)*, em Salvador BA, onde alunos de ambos os sexos poderão percorrer a carreira efetiva de oficial militar, iniciando no posto de 1º tenente, podendo chegar a Tenente-Coronel;
- Concursos do Centro de Instrução e Adaptação da Aeronáutica (CIAAR)*, em Belo Horizonte MG, onde alunos de ambos os sexos aprovados e selecionados no estágio se formarão como 2º Tenente da Reserva da Aeronáutica e poderá ser convocado, por 2 anos, prorrogáveis por até 8 anos, como Oficial Temporário, integrando o Quadro Complementar de Oficiais da Aeronáutica (QCOA);
- Diversos programas trainees de grandes empresas nacionais e multinacionais.

* Obs: O número de vagas para os quadros complementares das forças armadas varia anualmente. Esses cursos têm pré-requisitos de idade e condições físicas, além de conhecimento e do diploma de nível superior e exigem um período de adaptação e treinamento para a vida como profissional militar.

O curso de Administração é um dos cursos de maior empregabilidade dentre os de nível superior do país e um dos principais cursos que habilita a inserção ou crescimento social de estudantes. Considerando estes fatos, o Colegiado do Curso decidiu pioneiramente oferecer o primeiro curso noturno da UNIVASF.

Destaca-se então a grande importância de um curso dessa natureza, tanto para a região, quanto para a própria instituição, por transformar o saber em conhecimento e prática, sob uma perspectiva social.

2 DADOS DA INSTITUIÇÃO

A seguir, apresentar-se-á uma breve contextualização da UNIVASF, seu histórico, missão e visão de futuro.

2.1 Histórico

A UNIVASF foi criada com a finalidade de atuar no semi-árido nordestino. O seu projeto é interestadual, sendo a primeira Universidade Regional dentro do Programa Especial de Desenvolvimento do Pólo Petrolina - PE/ Juazeiro - BA.

O nascimento jurídico da UNIVASF foi formalizado através do Registro Público no Cartório do Primeiro Ofício em Petrolina – PE, no dia 26 de dezembro de 2002, assim como, na mesma data foi efetivada sua inscrição no Cadastro Geral de Pessoa Jurídica – CNPJ, sob o nº. 05440725/0001-14.

Com a edição do Decreto nº. 4. 465, de 13 de novembro de 2002, e do Decreto nº. 4. 935 de 23 de dezembro de 2003 coube à Universidade Federal do Espírito Santo UFES o papel de gestora das atividades de implantação e execução de um projeto de estrutura institucional.

Por meio dos Atos Administrativos nº. 1/2003, de 05 de dezembro de 2003 e nº. 2/2004, de 14 de janeiro de 2004, o Reitor da UFES, então Gestor Geral da UNIVASF, instituiu os primeiros 11 cursos de graduação.

2.2 Missão institucional

A UNIVASF tem por missão:

Promover o desenvolvimento sustentável da região semi-árida do Brasil, por meio da excelência das atividades de ensino, pesquisa e extensão, formando profissionais cidadãos e éticos, com uma sólida base científica e humanística.

2.3 Visão institucional

Ser reconhecida como uma das mais importantes instituições brasileiras de desenvolvimento, preservação, aplicação e disseminação do

conhecimento científico, tecnológico, cultural e artístico e agente de transformação social da região semi-árida brasileira.

2.4 Justificativa do Projeto Político do Curso

Estamos vivendo em uma era onde a velocidade das mudanças faz dos nossos instrumentos de avaliação e de compreensão do mundo se tornarem insuficientes a cada instante, deixando-nos vulneráveis e cada dia mais ávidos e necessitados de novos conhecimentos, recursos técnicos, científicos e intelectuais.

A educação, atualmente, se encontra justamente no centro dessas necessidades e tentativas de minimização de problemas. Nesse contexto, o curso de administração pretende desenvolver indivíduos que busquem novos horizontes diante das incertezas e perspectivas do cenário atual e futuro. Celeiro de novas idéias e palco de debates, a instituição educacional é, hoje, o elo entre a resposta e os atuais desafios, onde os profissionais têm espaço para falar e ouvir experiências, necessitando cada vez mais de capacitação e aperfeiçoamento contínuos para que possam atender às constantes necessidades da nova ordem mundial.

A elaboração do Projeto Político Pedagógico do Curso de Administração fundamenta-se na participação de todos os profissionais que integram o curso, imbuída do princípio de construir um compromisso coletivo, propiciando, assim, a oportunidade de compreender o desafio que representa a construção e ação universitária. Através do compromisso coletivo, a comunidade acadêmica busca estimular o senso empreendedor dos participantes.

A organização do curso se expressa através do seu projeto pedagógico, abrangendo o perfil do formando, as competências e habilidades, os componentes curriculares, o estágio curricular supervisionado, as atividades complementares, o sistema de avaliação, além do regime acadêmico de oferta e de outros aspectos.

3 DADOS DO CURSO

O Curso de Bacharelado em Administração é o mais numeroso dentre os cursos do ensino superior brasileiro, acompanhado de perto pelo ensino jurídico e pedagogia. A expansão do sistema educacional a partir da década de 90, especialmente na área de Ciências Sociais Aplicadas foi intensa, muito provavelmente pelo baixo custo de implantação destes tipos de cursos, em comparação a outros cursos que demandam laboratórios ou infra-estruturas mais caras e dispendiosas para a instituição. Em 1991 havia 333 cursos de Administração, em 2005, esse número já ultrapassava os 2.046 cursos.

Por solicitação conjunta do Conselho Federal de Administração (CFA) e da Associação Nacional dos Cursos de Graduação em Administração (ANGRAD), o Ministério da Educação – MEC aprovou modificações nas Diretrizes Curriculares Nacionais para os Cursos de Graduação em Administração, extinguindo por meio de resolução Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação CES/CNE, a partir de 13 de julho de 2005, as habilitações dos cursos de Administração.

O curso de Administração da UNIVASF que havia nascido com três habilitações: Agronegócio, Turismo e Hotelaria e Comércio Exterior, consciente da necessidade de se atualizar em concordância com as mudanças do presente, promoveu um redirecionamento em seu curso e uma adequação da matriz de disciplinas e ementários ao perfil mais atual e adaptado sugerido pelo MEC, CFA e ANGRAD, sem perder de foco as particularidades regionais e suas necessidades sociais e econômicas.

Atualmente, o Curso de Graduação em Administração, em fase com as Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Graduação em Administração, modalidade bacharelado, busca ensinar como perfil desejado do formando a capacitação e aptidão para compreender as questões científicas, técnicas, sociais e econômicas da produção e de seu gerenciamento, observados níveis graduais do processo de tomada de decisão, bem como para desenvolver gerenciamento qualitativo e adequado, revelando a assimilação de novas informações e apresentando flexibilidade intelectual e adaptabilidade contextualizada no trato de situações diversas, presentes ou emergentes, nos vários segmentos do campo de atuação do administrador. Para dar contornos mais definidos a UNIVASF, foi levada a efeito ampla pesquisa quantitativa de opinião, junto à população com escolaridade equivalente ao ensino médio ou superior,

entrevistando-se 900 pessoas em 54 municípios de maior expressão populacional selecionados num raio de 250 km da sede da Universidade: 8 municípios da área do Pólo Petrolina e Juazeiro; 17 e 21 outros municípios em Pernambuco e na Bahia, respectivamente e 8 municípios do Piauí. Esse levantamento foi complementado por pesquisa qualitativa, na qual foram consultadas 108 lideranças de diversos segmentos da região, incluindo políticos, empresários, sindicalistas etc.

A consulta feita à comunidade da região do semi-árido sobre a implantação da UNIVASF expressa a opinião de que o oferecimento dos seus cursos esteja desenhado com “um perfil adequado ao mundo moderno e às necessidades da região” (BRASIL et. al, 2003). Entre as suas expectativas destacam-se: a UNIVASF deve ‘ser voltada para o desenvolvimento’ (23,5%), deve ‘preparar para o mercado de trabalho’ (22,0%), deve ter ‘professores e funcionários qualificados’ (17,6%), deve servir para ‘aprimorar o conhecimento’ (10,0%), e deve contribuir com a ‘pesquisa’ (9,0%)” (BRASIL et. al. 2003).

Já na pesquisa qualitativa os entrevistados ressaltaram que os conteúdos dos cursos devem estar voltados às demandas e à realidade local. Constatou-se também existir, entre os entrevistados, forte interesse em que os cursos valorizem nos seus estudos e atividades questões atinentes à região. Mais especificamente, deveriam abordar desde os aspectos geográficos, históricos e culturais até situações políticas e econômicas que interfiram diretamente no desenvolvimento das comunidades sob influência da instituição. Indicou-se ainda, que todos os cursos devem estar apoiados em “estruturas curriculares flexíveis e interdisciplinares, dando ao aluno uma visão empreendedora de mundo”. A partir dos resultados da pesquisa, a escolha dos cursos a serem implantados e do número de vagas a serem disponibilizadas obedeceram aos seguintes critérios:

- Cursos mais citados pelos entrevistados como prioritários;
- Exclusão dos cursos já disponíveis em universidades públicas na região;
- Capacidade reduzida de docentes nos primeiros dois anos de implantação da universidade;
- Estrutura física provisória com número reduzido de espaços para salas de aula, laboratórios, biblioteca, etc.

Um dos principais objetivos da pesquisa qualitativa foi verificar quais os principais cursos que deveriam ser implantados pela UNIVASF, na opinião das lideranças regionais. Verificou-se forte associação entre as indicações de cursos a serem implantados pela UNIVASF e as potencialidades da região apontadas. Foram mais recorrentes nos diferentes segmentos entrevistados as indicações de cursos ligados às áreas de engenharia, saúde e agricultura. Um grande número de cursos foi lembrado pelos entrevistados. Os 24 cursos mais mencionados na pesquisa qualitativa estão sintetizados no gráfico abaixo, segundo o percentual de menções.

3.1 Regulamentação da Profissão

A categoria profissional de Administrador foi acrescentada ao Grupo da Confederação Nacional das Profissões Liberais constante do Quadro de Atividades e Profissões, anexo à Consolidação das Leis do Trabalho, pela Lei N° 61.934, de 22 de dezembro de 1967.

De acordo com o Conselho Federal de Administração (CFA) e o Conselho Regional de Administração (CRA), são considerados campos privativos do Administrador, conforme o Manual de Administração, do CFA, de 1994:

3.1.1 Campos de atuação do Profissional Administrador

Administração Financeira	Análise Financeira	Relações Industriais e Administração e Seleção de Pessoal	Cargos e Salários	
	Assessoria Financeira		Controle de Pessoal	
	Assistência Técnica Financeira		Coordenação de Pessoal	
	Consulta Técnica Financeira		Desenvolvimento de Pessoal	
	Diagnóstico Financeiro		Interpretação de Performances	
	Orientação Financeira		Locação de Mão-de-Obra	
	Pareceres de Viabilidade Financeira		Pessoal Administrativo	
	Projeções Financeiras		Pessoal de Operações	
	Projetos Financeiros		Recrutamento	
	Sistemas Financeiros		Recursos Humanos	
	Administração de Bens e Valores		Seleção	
	Administração de Capital		Treinamento	
	Controladoria		Orçamento	Controle de Custos
	Controle de Custos			Controle e Custo Orçamentário
	Levantamento de Aplicação de Recursos			Elaboração de Orçamento
	Arbitragens			Empresarial
	Controle de Bens Patrimoniais			Implantação de Sistemas
Participação em outras Sociedades (Holding)	Projeções			
Planejamento de Recursos	Provisões e Previsões			
Plano de Cobrança	Administração de Empresas			
Projetos de estudos e preparo para financiamento	Análise de Formulários			
Administração de Material	Administração de Estoque	Organização e Métodos e Programas de Trabalho		Análise de Métodos
	Assessoria de Compras		Análise de Processos	
	Assessoria de Estoques		Análise de Sistemas	
	Assessoria de Materiais		Assessoria Administrativa	
	Catologação de Materiais		Assessoria Empresarial	
	Codificação de Materiais		Assistência Administrativa	
	Controle de Materiais		Auditoria Administrativa	
	Estudo de Materiais		Consultoria Administrativa	
	Logística		Controle Administrativo	
	Orçamento e Procura de Materiais		Gerência Administrativa e Projetos	
	Planejamento de Compras		Implantação de Controle e de Projetos	
Administração Mercadológica	Sistemas de Suprimentos	Organização e Métodos e Programas de Trabalho	Implantação de Estruturas Empresariais	
	Administração de Vendas		Implantação de Métodos e Processos	
	Canais de Distribuição		Implantação de Planos	
	Consultoria Promocional		Implantação de Serviços	
	Coordenação de Promoções		Implantação de Sistemas	
	Estudos de Mercado		Organização Administrativa	
	Informações Comerciais Extra Contábeis		Organização de Empresa	
	Marketing		Organização e Implantação de Custos	
	Pesquisa de Mercado		Pareceres Administrativos	
	Pesquisa de Desenvolvimento do Produto		Perícias Administrativas	
	Planejamento de Vendas		Planejamento Empresarial	
	Promoções		Planos de Racionalização e Reorganização	
	Técnica Comercial		Processamento de Dados	
	Técnica de Varejo (grandes magazines)		Projetos Administrativos	
	Racionalização			

Administração da Produção	Controle de Produção	Organização e Métodos e Programas de Trabalho	
	Pesquisa de Produção		
	Planejamento de Produção		
	Planejamento e Análise de Custo		
Campos Conexos	Administração de Consórcio	Campos Conexos	Administração de Processamento de Dados
	Administração de Comércio Exterior		Administração Rural
	Administração de Cooperativas		Administração Hoteleira
	Administração Hospitalar		Factoring
	Administração de Condomínios		Turismo
	Administração de Imóveis		

4 PRINCÍPIOS NORTEADORES DO PP

A UNIVASF como um todo e o curso de Administração em particular, consciente de seu fundamental papel como agente de transformação do semi-árido nordestino, embasa suas estratégias e ações nos seguintes princípios:

- Dignidade e direitos fundamentais da pessoa, proscrevendo o tratamento desigual, por motivo de convicção filosófica, política ou religiosa ou por preconceito de classe, idade, gênero e etnia;
- Inclusão social e promoção do desenvolvimento sustentável e ambientalmente responsável;
- Igualdade de condições de acesso e permanência na Instituição;
- Respeito à liberdade de aprender, ensinar, pesquisar, preservar e divulgar a cultura, o pensamento, a arte e o saber;
- Respeito ao pluralismo de idéias, concepções pedagógicas e autonomia didático-científica;
- Indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão;
- Estímulo à interdisciplinaridade e valorização da experiência extra-escolar;
- Busca pela excelência acadêmica;
- Comportamento ético em todos os setores com estrita observância da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência;
- Gestão democrática;
- Autonomia administrativa e de gestão financeira e patrimonial
- Valorização do profissional do ensino superior.

5 CONCEPÇÃO PEDAGÓGICA DE EDUCAÇÃO

O Currículo do Curso de Administração da UNIVASF foi desenvolvido de maneira participativa entre os docentes e, com a representação estudantil, procurou-se atender às demandas das Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Administração, bacharelado – DCNs, e com os anseios regionais para um curso responsável e direcionado ao desenvolvimento social. O currículo estará aberto a consideração de múltiplos fatores presentes em cada uma das situações educativas, a fim de contemplar e integrar plenamente a prática educativa. Para isso, fazem-se necessárias adequações, modificações e enriquecimentos na confrontação do projeto educativo com a realidade das aulas.

5.1 Contextualização e Integração entre Teoria e Prática

Como todos os cursos da UNIVASF, a definição do Projeto Político do Curso de Graduação em Administração da UNIVASF deverá apresentar necessariamente, como garantia da indissociabilidade entre o ensino, pesquisa e extensão, os seguintes procedimentos:

- 1 Existência obrigatória de núcleos temáticos multidisciplinares de ensino, pesquisa e extensão cuja constituição e composição livre agregarão docentes ou técnico-administrativos de iguais, similares ou diferentes campos do saber, observada sua aprovação pelo Conselho Universitário.
- 2 Os docentes e técnico-administrativos especializados, deverão ter sua jornada de trabalho distribuída entre as obrigações com os diversos cursos ou setores técnicos e administrativos e, por livre escolha entre os diversos núcleos temáticos multidisciplinares, tendo o programa de trabalho aprovado previamente pelo Conselho Universitário.
- 3 Os cursos da UNIVASF deverão necessariamente adotar as atividades desenvolvidas nos núcleos temáticos multidisciplinares como disciplinas, na proporção de até 20% (dez por cento) para a composição da estrutura curricular.
- 4 Os cursos da UNIVASF deverão necessariamente adotar o percentual de 10% (dez por cento) na matriz curricular para que o aluno possa optar por disciplinas eletivas diversas do currículo de seu curso.

5 Os cursos da UNIVASF deverão ser avaliados a cada (4) quatro anos em sua estrutura curricular, com a apresentação pelo Colegiado Acadêmico responsável, de propostas inovadoras ao Conselho Universitário.

6 As atividades didáticas na UNIVASF, na forma de exposição oral, poderão ser exercidas em todas as disciplinas, no tempo mínimo de (30) trinta minutos, podendo o docente praticar, nas horas restantes, atividades outras, com todas as variações metodológicas possíveis, com a prévia aprovação do plano de ensino pelo Conselho Universitário.

5.2 Interdisciplinaridade

Considerando a necessidade de se operacionalizar a indissociabilidade das atividades de ensino, pesquisa e extensão, a UNIVASF se propõe inovadora sob o ponto de vista acadêmico e pedagógico por introduzir na sua concepção, como atividade curricular de todos os cursos, a contemplação de cargas horárias nos Núcleos Temáticos Multidisciplinares e nas Disciplinas Eletivas, em um percentual mínimo obrigatório para integralização dos currículos pleno.

5.2.1 Núcleos Temáticos Multidisciplinares - NTMs

Os Núcleos Temáticos Multidisciplinares (NTMs) devem abordar a formação profissional dos cursos de graduação exercitando o envolvimento de professores e estudantes com as questões locais e regionais, ligadas aos mesmos.

Os NTMs são definidos como atividade obrigatória e de caráter prático que visa o estudo, a pesquisa e a aplicação de conhecimentos integrados, voltados para o encaminhamento e a solução de questões socioeconômicas, ambientais, culturais, científicas e/ou tecnológicas.

A escolha do NTM a cursar é de livre escolha do estudante dentre diversos núcleos formalizados pelo Conselho Universitário.

5.3 Flexibilidade Curricular

Considerando as demandas da sociedade, do mercado de trabalho e da academia, o curso de administração da UNIVASF busca habilitar o aluno a desenvolver sua capacidade de resiliência, buscando enriquecer a formação de natureza generalista do profissional em administração por meio da liberdade de escolha de disciplinas suplementares às exigidas pelas DCNs, assim sendo, o curso oferece duas categorias de disciplinas as quais o aluno possa escolher entre as oferecidas: as disciplinas eletivas e os tópicos especiais.

5.3.1 Disciplinas Eletivas

Com o intuito de flexibilizar a formação profissional dos alunos de graduação foi instituída a Disciplina Eletiva, uma disciplina cujo cumprimento de carga horária é de caráter obrigatório para a integralização do currículo pleno, oferecida ao aluno e de livre escolha dentre as diversas disciplinas oferecidas por um curso de graduação diverso de seu curso de origem para os demais cursos de graduação da UNIVASF.

5.3.2 Disciplinas de Tópicos Especiais

As disciplinas de Tópicos Especiais foram estabelecidas pelo colegiado do curso de administração levando em consideração a vocação regional, as temáticas emergentes e relevantes e visam o aprofundamento em tópicos específicos de áreas de concentração da ciência da administração e de áreas complementares.

Dentre o rol de disciplinas que compõe os tópicos especiais, o colegiado acadêmico do curso decidirá com, no mínimo um semestre de antecedência, aquelas que serão efetivamente ofertadas em determinado semestre letivo. Para a definição de tal oferta, os alunos habilitados a cursarem tais créditos serão consultados sob as disciplinas de sua preferência. Contudo, a ordem de preferência não garante automaticamente que determinada disciplina seja ofertada, posto que o colegiado acadêmico deva observar também a disponibilidade de professores para lecioná-las.

5.4 Pilares da concepção de ensino

Segundo o Art. 43. da LDB - A educação superior tem por finalidade:

I - Estimular a criação cultural e o desenvolvimento do espírito científico e do pensamento reflexivo;

II - Formar diplomados nas diferentes áreas de conhecimento, aptos para a inserção em setores profissionais e para a participação no desenvolvimento da sociedade brasileira, e colaborar na sua formação contínua;

III - Incentivar o trabalho de pesquisa e investigação científica, visando o desenvolvimento da ciência e da tecnologia e da criação e difusão da cultura, e, desse modo, desenvolver o entendimento do homem e do meio em que vive;

IV - Promover a divulgação de conhecimentos culturais, científicos e técnicos que constituem patrimônio da humanidade e comunicar o saber através do ensino, de publicações ou de outras formas de comunicação;

V - Suscitar o desejo permanente de aperfeiçoamento cultural e profissional e possibilitar a correspondente concretização, integrando os conhecimentos que vão sendo adquiridos numa estrutura intelectual sistematizadora do

conhecimento de cada geração;

VI - Estimular o conhecimento dos problemas do mundo presente, em particular os nacionais e regionais, prestar serviços especializados à comunidade e estabelecer com esta uma relação de reciprocidade;

VII - Promover a extensão, aberta à participação da população, visando à difusão das conquistas e benefícios resultantes da criação cultural e da pesquisa científica e tecnológica geradas na instituição.

Entretanto, a educação vai além da formalidade do que prevê a legislação. Consciente deste fato, o Colegiado do Curso de Administração considera a universidade e o curso não como o único, mas como mais um passo na educação e na busca do saber, de maneira coerente com o que afirma a UNESCO sobre a “educação ao longo de toda a vida”, que organiza-se em torno de quatro aprendizagens fundamentais, que constituem os pilares do conhecimento:

- Aprender a conhecer significa, antes de tudo, o aprendizado dos métodos que nos ajudam a distinguir o que é real do que é ilusório e ter, assim, acesso aos saberes de nossa época. A iniciação precoce na ciência é salutar, pois ela dá acesso, desde o início da vida humana à não-aceitação de qualquer resposta sem fundamentação racional e/ou de qualquer certeza que esteja em contradição com os fatos.
- Aprender a fazer é um aprendizado da criatividade. "Fazer" também significa criar algo novo, trazer à luz as próprias potencialidades criativas, para que venha a exercer uma profissão em conformidade com suas predisposições interiores.
- Aprender a viver juntos significa, em primeiro lugar, respeitar as normas que regulamentam as relações entre os seres que compõem uma coletividade. Porém, essas normas devem ser verdadeiramente compreendidas, admitidas interiormente por cada ser, e não sofridas como imposições exteriores. "Viver junto" não quer dizer simplesmente tolerar o outro com suas diferenças, embora seja preciso se convencer da justeza absoluta das próprias posições.
- Aprender a ser implica em aprender que a palavra "existir" significa descobrir os próprios condicionamentos, descobrir a harmonia ou a desarmonia entre a vida individual e social.

5.5 Linhas Metodológicas do Curso

Linha metodológica do curso Para que o objetivo do curso seja atingido, a metodologia utilizada deve se pautar nas seguintes características:

- O ensino centrado no aluno e voltado para os resultados do aprendizado;
- A ênfase na solução de problemas de engenharia e na formação de profissionais

adaptáveis;

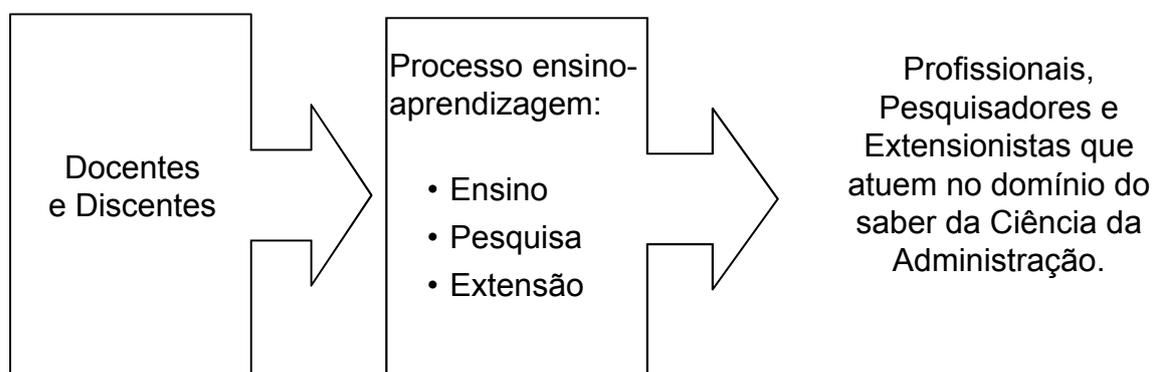
- O incentivo ao trabalho em equipe e à capacidade empreendedora do formando;
- A capacidade de lidar com os aspectos sócio-econômicos e político-ambientais de sua profissão;
- O enfoque multidisciplinar e interdisciplinar;
- A articulação com a pós-graduação.
- Exposição dialogada dos conhecimentos teóricos;
- Aulas teóricas com projetor eletrônico (data-show), retro-projetor, quadro branco para escrita;
- Aulas práticas em laboratório empregando recursos tecnológicos adequados;
- Laboratórios especialmente preparados para práticas baseadas em simuladores de redes de comunicações de pequena, média e longa distância, redes sem fio, dentre outras;
- Aulas interativas, utilizando sistema de compartilhamento de computadores, permitindo interação entre professores e estudantes;
- Palestras práticas, em parceria com empresas locais, apresentando novas tecnologias de mercado e parcerias estratégicas com grandes empresas multinacionais da área de Tecnologia da Informação;
- Palestras técnicas com Profissionais Certificados de destaque no mercado local e regional de Tecnologia da Informação.

6 MISSÃO DO CURSO E OBJETIVOS

O curso de Administração tem como diretrizes do processo de ensino-aprendizagem e as vocações regionais do Vale do São Francisco e por objetivo formar profissionais cidadãos com conhecimentos, habilidades e atitudes necessárias para atuar na administração de organizações privadas, públicas ou não-governamentais, conscientes de suas responsabilidades sociais e ambientais, bem como desenvolver a capacidade de compreensão do seu ambiente e as relações nele existentes.

6.1 Objetivos do Curso

O instrumento de que dispomos para atingir o objetivo do curso é o processo de ensino-aprendizagem que propicie competências e habilidades inerentes ao profissional da administração. Visualizamos, portanto, o seguinte processo:



A linha explicitada obedece às diretrizes:

- Do artigo 52 da LDB que define as universidades como instituições pluridisciplinares de formação dos quadros profissionais de nível superior, de pesquisa, de extensão e de domínio do saber humano, que se caracterizam pela produção intelectual institucionalizada mediante o estudo sistemático dos temas, problemas mais relevantes, tanto do ponto de vista científico e cultural, quanto regional e nacional. [inciso I]
- Do artigo 45 do Estatuto da UNIVASF que rege a garantia de indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão dos cursos da UNIVASF.

Nesse contexto, o curso de administração tem a missão básica de provedor:

- Do mercado de trabalho - com profissionais de Administração;
- Da ciência da Administração – com pesquisadores e extensionistas;
- Das instituições de ensino superior – com docentes.

Cabe à Universidade compreender que a tríade Ensino-Pesquisa-Extensão é a ferramenta básica que garante a execução da sua missão social: promover a continuidade do saber.

7 PERFIL DO PROFISSIONAL DESEJADO

O Curso de Graduação em Administração busca capacitar e desenvolver a aptidão para compreender as questões científicas, técnicas, sociais e econômicas da produção e de seu gerenciamento, observados níveis graduais do processo de tomada de decisão, bem como para desenvolver gerenciamento qualitativo e adequado, revelando a assimilação de novas informações e apresentando flexibilidade intelectual e adaptabilidade contextualizada no trato de situações diversas, presentes ou emergentes, nos vários segmentos do campo de atuação do administrador.

Segundo as diretrizes do Conselho Nacional de Educação; Câmara de Ensino Superior, Resolução Nº. 4, de 13 de julho de 2005, o curso de administração deve ministrar conteúdos que proporcionem as seguintes competências e habilidades inerentes à atuação de um administrador em seu campo de atuação:

- I Reconhecer e definir problemas, equacionar soluções, pensar estrategicamente, introduzir modificações no processo produtivo, atuar preventivamente, transferir e generalizar conhecimentos e exercer, em diferentes graus de complexidade, o processo da tomada de decisão;
- II Desenvolver expressão e comunicação compatíveis com o exercício profissional, inclusive nos processos de negociação e nas comunicações interpessoais ou intergrupais;
- III Refletir e atuar criticamente sobre a esfera da produção, compreendendo sua posição e função na estrutura produtiva sob seu controle e gerenciamento;
- IV Desenvolver raciocínio lógico, crítico e analítico para operar com valores e formulações matemáticas presentes nas relações formais e causais entre fenômenos produtivos, administrativos e de controle, bem assim expressando-se de modo crítico e criativo diante dos diferentes contextos organizacionais e sociais;
- V Ter iniciativa, criatividade, determinação, vontade política e administrativa, vontade de aprender, abertura às mudanças e consciência da qualidade e das implicações éticas do seu exercício profissional;
- VI Desenvolver capacidade de transferir conhecimentos da vida e da experiência cotidianas para o ambiente de trabalho e do seu campo de atuação profissional, em diferentes modelos organizacionais, revelando-se profissional adaptável;

- VII Desenvolver capacidade para elaborar, implementar e consolidar projetos em organizações e;
- VIII Desenvolver capacidade para realizar consultoria em gestão e administração, pareceres e perícias administrativas, gerenciais, organizacionais, estratégicos e operacionais.

8 MATRIZ CURRICULAR

Nos dias atuais, a demanda por uma universidade mais participativa é cada vez maior. É chegada a hora de encarar uma reestruturação que busque soluções para esse desafio. No que concerne à UNIVASF, o desafio primordial é contribuir com o processo de desenvolvimento do semi-árido nordestino.

Quanto ao curso de administração, temos a proposta de atender ao processo vocacional que vem se configurando na região do Vale do São Francisco. Há, portanto, um vasto campo de pesquisa à espera da produção científica do saber e da sua difusão como forma de melhoramento da realidade que a sociedade enfrenta em seu dia-a-dia e na sua organização em busca de soluções dos seus problemas. Além disso, a busca e o respeito pelo conhecimento da comunidade do Vale do São Francisco são considerados importantes fontes de transformação dos conhecimentos acadêmicos produzidos no curso de Administração. O nível de complexidade que as organizações atingiram no ambiente contemporâneo impõe providências urgentes no campo da administração.

8.1 Estrutura curricular

Em conformidade com as orientações do CNE/CES e no intuito de melhorar a qualidade do ensino e formação dos discentes, o Estatuto da UNIVASF em seu artigo 6º determina que as disciplinas e/ou atividades do currículo pleno dos cursos da UNIVASF tenham a seguinte classificação:

- Núcleos de conhecimento das Diretrizes Curriculares do curso de administração, definidas pelo Conselho Nacional de Educação-Câmara de Ensino Superior.
- Eletivas de livre escolha oferecidas pelo curso de administração aos demais cursos da Instituição.
- Núcleos Temáticos de livre escolha, formalizados pelo Conselho Universitário;
- Optativas de livre escolha para complementar, aprofundar e/ou atualizar a formação.
- Ainda, conforme o artigo 45, incisos III, IV e V, os cursos deverão necessariamente adotar:
- Atividades desenvolvidas em núcleos temáticos multidisciplinares para a composição da estrutura curricular.

- Percentual de 10% na matriz curricular para que o discente possa optar por disciplinas eletivas diversas do currículo de seu curso.

O Conselho Nacional de Educação - Câmara de Ensino Superior, CNE/CES, na Resolução nº 4, de 13 de julho de 2005, propôs em suas Diretrizes Curriculares que os cursos de graduação em administração atendam aos seguintes campos interligados de formação:

- I Conteúdos de Formação Básica: relacionados com estudos antropológicos, sociológicos, filosóficos, psicológicos, ético-profissionais, políticos, comportamentais, econômicos e contábeis, bem como os relacionados com as tecnologias da comunicação e da informação e das ciências jurídicas;
- II Conteúdos de Formação Profissional: relacionados com as áreas específicas, envolvendo teorias da administração e das organizações e a administração de recursos humanos, mercado e marketing, materiais, produção e logística, financeira e orçamentária, sistemas de informações, planejamento estratégico e serviços;
- III Conteúdos de Estudos Quantitativos e suas Tecnologias: abrangendo pesquisa operacional, teoria dos jogos, modelos matemáticos e estatísticos e aplicação de tecnologias que contribuam para a definição e utilização de estratégias e procedimentos inerentes à administração e;
- IV Conteúdos de Formação Complementar: estudos opcionais de caráter transversal e interdisciplinar para o enriquecimento do perfil do formando.

8.1.1 Nomenclatura

Assim, para fins de operacionalização da estrutura curricular, em concordância com as diretrizes curriculares do CNE/CES e com o estatuto da UNIVASF, o curso de Administração prevê em sua estrutura curricular agrupamentos de disciplinas e atividades assim denominados:

- I **Ciclo de Formação Geral** – compreendendo as disciplinas de Conteúdo de Formação Básica segundo as diretrizes do CNE/CES, supracitadas. São disciplinas de conhecimentos relevantes, embora não específicos, à formação do administrador;
- II **Ciclo de Formação Profissional** – compreendendo as disciplinas de conteúdo de Formação Profissional e as de Estudos Quantitativos e suas Tecnologias, segundo as diretrizes do CNE/CES, supracitadas. São disciplinas que constituem o cerne do curso e que garantem o próprio e indispensável aos administradores em qualquer especialidade ou campo de trabalho. São disciplinas específicas à formação do administrador, às áreas de concentração da ciência da administração e aos estudos quantitativos e suas tecnologias. O

Ciclo de Formação Profissional é subdividido nos seguintes blocos:

- a) Bloco de Formação Profissional Básica – compreendendo disciplinas de administração geral, disciplinas básicas de estudos quantitativos e disciplinas básicas das áreas de concentração da ciência da administração e;
- b) Bloco de Formação Profissional Avançada – compreendendo disciplinas aplicadas e avançadas de administração geral, de estudos quantitativos e das áreas de concentração da ciência da administração.

III Disciplinas de Tópicos Especiais – estabelecidas pelo colegiado do curso de administração levando em consideração a vocação regional, as temáticas emergentes e relevantes, visam o aprofundamento em tópicos específicos de áreas de concentração da ciência da administração e de áreas complementares.

IV Disciplinas Eletivas – previstas no estatuto e nas normas de funcionamento da UNIVASF, são de livre escolha do discente, dentre as oferecidas pelos outros cursos da UNIVASF e visam proporcionar aos discentes possibilidades de formação disciplinar à sua escolha, dentre as diversas áreas de conhecimento oferecidas;

V Disciplinas Optativas – previstas no estatuto e nas normas de funcionamento da UNIVASF, de caráter não obrigatório, possibilitam aos discentes a escolha de conhecimento complementar visando o enriquecimento do seu conhecimento;

VI Núcleos Temáticos Multidisciplinares – previsto no estatuto e nas normas de funcionamento da UNIVASF, é uma atividade obrigatória, de livre escolha do discente dentre os núcleos oferecidos e possuem caráter prático que visa o estudo, a pesquisa e a aplicação do conhecimento integrado, voltado para o encaminhamento e a solução de questões socioeconômicas, ambientais, culturais, científicas e/ou tecnológicas.

VII Estágio Curricular Supervisionado – atividade orientada obrigatória que visa à integração entre o ensino teórico e a prática, de aperfeiçoamento técnico-cultural, científico e de relacionamento humano.

8.2 Estrutura geral do curso de administração

O curso de Administração da UNIVASF implantou a sua estrutura curricular a partir do 2º semestre de 2004, época do seu primeiro vestibular, oferecida para os candidatos ingressantes.

Para a obtenção do grau de Bacharel em Administração, o discente deverá freqüentar 75% (setenta e cinco por cento) de todas as disciplinas em aulas práticas e teóricas e obter todos os créditos em disciplinas, dentro do prazo estabelecido:

- Tempo SUGERIDO para conclusão do curso: quatro anos e meio

- Tempo MÁXIMO permitido para conclusão do curso: nove anos
- Número de vagas anuais: 100 (cem)
- Número de entradas por ano: 2 (duas)
- Vagas por semestre: 50 (cinquenta)
- Turno: Primordialmente noturno. As disciplinas dos ciclos de Formação Geral, de Formação Profissional Básica e Avançada e Tópicos Especiais serão lecionadas em turno noturno. A oferta das Disciplinas Eletivas e das atividades dos Núcleos Temáticos Multidisciplinares, obrigatórias para a obtenção do grau de Bacharel em Administração poderá ocorrer em outros turnos, de acordo com a natureza multidisciplinar destas e de suas necessidades.
- Carga horária total do curso: 3.210 h.

8.3 Sistema de avaliação da aprendizagem

Ao longo de cada semestre letivo, a verificação de aprendizagem pode abranger provas, trabalhos escolares e exercícios práticos, seminários, relatórios, projetos, e/ou outros relacionados com a matéria lecionada por cada professor. Em consonância com as normas de funcionamento da UNIVASF (ver. SEÇÃO I artigos 86, 87, 88, e 89), a avaliação de desempenho do discente em cada atividade será feita atribuindo-se uma nota de 0 (zero) a 10 (dez) pontos, truncada em duas casas decimais. Salienta-se que será atribuída nota zero ao estudante que usar de meios ilícitos durante a realização de exames de verificação de aprendizagem ou quando da elaboração de trabalhos escolares, sem prejuízo da aplicação de sanções cabíveis por este ato de improbidade.

Atendidas a freqüência mínima às aulas e às demais atividades programadas para cada disciplina e/ou atividade curricular, será considerado aprovado o estudante que:

- I Por média, quando alcançar no mínimo, 7,00 (sete) pontos na média das verificações de aprendizagem;
- II Por nota, quando alcançar, no mínimo, 5,00 (cinco) pontos na média aritmética da soma da média obtida nas notas durante o período letivo e a nota da prova final, prestada em época definida no calendário acadêmico;
- III Por sua vez, será considerado reprovado o aluno que se enquadrar nas seguintes situações:
- IV Frequentar carga-horária inferior a 75% (setenta e cinco por cento) daquela programada para a disciplina e/ou atividade em que estiver matriculado;
- V Não alcançar pontuação mínima de 4,00 (quatro) pontos na média das notas obtidas nas verificações realizadas durante o período letivo.
- VI Não alcançar pontuação igual ou superior a 5,00 (cinco) pontos na média aritmética.

8.4 Estrutura semestral de disciplinas sugerida

1º Semestre Letivo

Cód.	Nome	Tipo	CH	Créditos	Período	Pré-requisitos
Adm01	Comunicação e Expressão	CFG	30	02	1º	--
Adm02	Sociologia	CFG	60	04	1º	--
Adm03	Introdução à Administração	BFPB	60	04	1º	--
Adm04	Introdução à Economia	CFG	60	04	1º	--
Adm05	Matemática para Administração	BFPB	60	04	1º	--
Adm06	Metodologia Científica	BFPB	30	02	1º	--

2º Semestre Letivo

Cód.	Nome	Tipo	CH	Créditos	Período	Pré-requisitos
Adm07	Comunicação Empresarial	CFG	30	02	2º	Adm01
Adm08	Economia Brasileira	CFG	60	04	2º	Adm04
Adm09	Estatística para Administração	BFPB	60	04	2º	--
Adm10	Antropologia	CFG	60	04	2º	--
Adm11	Filosofia para Administração	CFG	30	02	2º	--
Adm12	Teoria Geral da Administração	BFPB	60	04	2º	Adm03

3º Semestre Letivo

Cód.	Nome	Tipo	CH	Créditos	Período	Pré-requisitos
Adm13	Contabilidade para Administração I	CFG	60	04	3º	--
Adm14	Direito Empresarial	CFG	60	04	3º	--
Adm15	Estudos Organizacionais	BFPB	60	04	3º	Adm12
Adm16	Ética e Responsabilidade Social	CFG	60	04	3º	Adm11
Adm17	Processos Psicossociais do Trabalho	CFG	60	04	3º	--

4º Semestre Letivo

Cód.	Nome	Tipo	CH	Créditos	Período	Pré-requisitos
Adm18	Comportamento Organizacional	BFPB	60	04	4º	Adm02 Adm17
Adm19	Contabilidade para Administração II	CFG	60	04	4º	Adm13
Adm20	Direito Tributário	CFG	30	02	4º	Adm14
Adm21	Estudos Políticos	CFG	30	02	4º	Adm11
Adm22	Marketing I	BFPB	60	04	4º	Adm03
Adm23	Sistemas Organizacionais	BFPB	60	04	4º	Adm03

5º Semestre Letivo

Cód.	Nome	Tipo	CH	Créditos	Período	Pré-requisitos
Adm24	Administração da Produção e Operações	BFPB	60	04	5º	Adm03
Adm25	Direito do Consumidor	CFG	30	02	5º	Adm14
Adm26	Gestão de Pessoas I	BFPB	60	04	5º	Adm18
Adm27	Marketing II	BFPB	60	04	5º	Adm22
Adm28	Matemática Financeira	BFPB	60	04	5º	Adm05
Adm29	Processo Decisório	BFPB	30	02	5º	Adm03

6º Semestre Letivo

Cód.	Nome	Tipo	CH	Créditos	Período	Pré-requisitos
Adm30	Administração de Materiais	BFPA	60	04	6º	Adm09 Adm24
Adm31	Administração Financeira I	BFPB	60	04	6º	Adm19 Adm28
Adm32	Direito Administrativo	CFG	30	02	6º	Adm14
Adm33	Gestão de Pessoas II	BFPA	60	04	6º	Adm26
Adm34	Metodologia de Pesquisa em Administração	BFPB	60	04	6º	Adm02 Adm06 Adm09
Adm35	Políticas Públicas	CFG	30	02	6º	Adm21

7º Semestre Letivo

Cód.	Nome	Tipo	CH	Créditos	Período	Pré-requisitos
Adm36	Administração Financeira II	BFPA	60	04	7º	Adm31
Adm37	Direito do Trabalho	CFG	30	02	7º	Adm14
Adm38	Pesquisa Operacional	BFPB	60	04	7º	Adm24
Adm39	Tecnologia e Sistemas de Informação	BFPA	60	04	7º	Adm23

8º Semestre Letivo

Cód.	Nome	Tipo	CH	Créditos	Período	Pré-requisitos
Adm40	Análise de Investimentos	BFPA	60	04	8º	Adm36
Adm41	Empreendedorismo	BFPA	60	04	8º	Adm03
Adm42	Gestão da Qualidade	BFPA	60	04	8º	Adm09 Adm24
Adm43	Teoria dos Jogos	BFPA	60	04	8º	Adm03 Adm05 Adm29

9º Semestre Letivo

Cód.	Nome	Tipo	CH	Créditos	Período	Pré-requisitos
Adm44	Administração de Projetos	BFPA	60	04	9º	Adm34 Adm40
Adm45	Estratégia Organizacional	BFPA	60	04	9º	Adm12 Adm22 Adm24 Adm29 Adm33 Adm36
Adm46	Logística	BFPA	60	04	9º	Adm09 Adm24
Adm47	Seminário de atualização	BFPA	60	04	9º	Adm12 Adm22 Adm24 Adm29 Adm33 Adm36

Disciplinas com Matrícula à escolha do Aluno

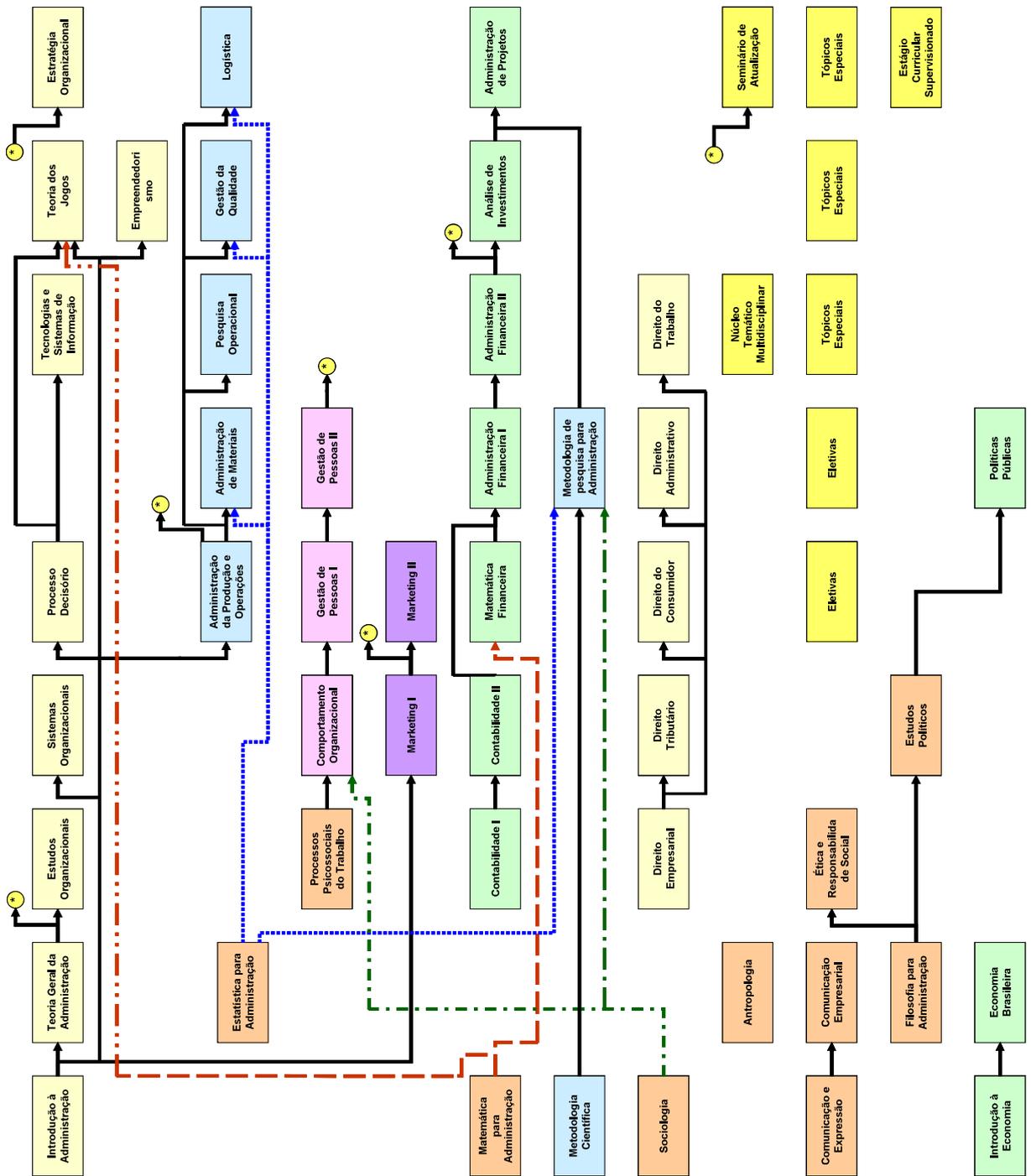
Cód.	Nome	Tipo	CH	Créditos	Período Sugerido	Pré-requisitos
-	Eletivas	ELE	2 X 60	02 X 4	-	
-	Estágio Curricular	EST	300		9 °	
-	Tópicos especiais	DTE	3 X 60		7°-9°	ver tabela própria
-	Núcleos Temáticos Multidisciplinares	NTM	120	08	7 °	

Disciplinas de Tópicos Especiais

Cód.	Nome	Tipo	CH	Créditos	Pré-requisitos
DTE-01	Administração da Produção e Operações Agroindustriais	DTE	60	04	Adm24 Adm03
DTE-02	Administração Pública	DTE	06	04	Adm16 Adm35
DTE-03	Agenda Internacional do Brasil	DTE	60	04	Adm21
DTE-04	Análise do Cenário Internacional	DTE	60	04	Adm21
DTE-05	Análise Estrutural do Turismo	DTE	60	04	Adm03
DTE-06	Antropologia do Consumo	DTE	60	04	Adm27
DTE-07	Comportamento do Consumidor	DTE	60	04	Adm27 Adm03
DTE-08	Contabilidade Pública	DTE	60	04	Adm19 Adm35 Adm03
DTE-09	Cooperativismo e Agronegócio	DTE	30	02	Adm16 Adm35
DTE-10	Economia dos Sistemas de Produção Agroindustrial	DTE	60	04	Adm04
DTE-11	Economia e Política Rural	DTE	60	04	Adm04 Adm08
DTE-12	Economia Internacional	DTE	60	04	Adm04
DTE-13	Ecoturismo	DTE	60	04	Adm03 Adm05 Adm06
DTE-14	Estudos Aplicados de Teoria dos Jogos	DTE	60	04	Adm34 Adm43 Adm45
DTE-15	Evento Gastronômico	DTE	60	04	Adm03
DTE-16	Gestão Agroindustrial	DTE	60	04	Adm03
DTE-17	Gestão da Comunicação Integrada de Marketing	DTE	60	04	Adm27
DTE-18	Gestão da Qualidade Aplicada ao Agronegócio	DTE	60	040	Adm43
DTE-19	Gestão de Marcas (<i>Branding</i>)	DTE	60	04	Adm27
DTE-20	Gestão por Competências	DTE	60	04	Adm33
DTE-21	Gestão Turística e Planejamento Sustentável	DTE	60	04	Adm03
DTE-22	<i>International Hotel Management</i>	DTE	60	04	Adm03
DTE-23	Logística Agroindustrial	DTE	60	04	Adm03
DTE-24	Marketing Agroindustrial	DTE	30	02	Adm27
DTE-25	Marketing de Relacionamento	DTE	30	02	Adm27

DTE-26	Marketing de Serviços	DTE	60	04	Adm27
DTE-27	Marketing de Varejo	DTE	30	02	Adm27
DTE-28	Marketing Esportivo	DTE	30	02	Adm27
DTE-29	Marketing Internacional	DTE	30	02	Adm27
DTE-30	Marketing na Internet	DTE	30	02	Adm27
DTE-31	Marketing Social	DTE	30	02	Adm27
DTE-32	Marketing Turístico	DTE	20	02	Adm27
					Adm09
DTE-33	Pesquisa Mercadológica	DTE	60	04	Adm27
					Adm34
DTE-34	Projetos em Agronegócio	DTE	60	04	Adm44
					Adm02
DTE-35	Turismo Cultural e Histórico	DTE	60	04	Adm03
					Adm10
DTE-36	Turismo Rural	DTE	60	04	Adm03

8.5 Matriz semestral de disciplinas sugerida



9 EMENTÁRIO

Apresentar-se-á a seguir, o rol de disciplinas do curso de administração, seus dados, ementas e bibliografias, segundo a estrutura curricular.

9.1 Disciplinas do Ciclo de Formação Geral

Antropologia	Direito Tributário
Comunicação e Expressão	Economia Brasileira
Comunicação Empresarial	Estudos Políticos
Contabilidade para Administração I	Ética e Responsabilidade Social
Contabilidade para Administração II	Filosofia para Administração
Direito Administrativo	Introdução à Economia
Direito do Consumidor	Políticas Públicas
Direito do Trabalho	Processos Psicossociais do Trabalho
Direito Empresarial	Sociologia

Denominação: Antropologia

Área de concentração: Formação Geral

Carga Horária: 60 h/a?

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Apresentar conceitos e fundamentos antropológicos e inseri-los na compreensão das etnias e culturas brasileiras.

EMENTA:

Conceitos básicos da antropologia; Formação Étnica e Cultural do Brasil. Diversidade e Povo brasileiro; Seminários de temas afins e atuais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

MARCONI, Marina de Andrade; PRESOTTO, Zélia Maria Neves. Antropologia – uma introdução. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2005.

RIBEIRO, Darcy. O povo brasileiro – a formação e o sentido do Brasil. 11ª ed. São Paulo: Cia. das Letras, 1995.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. Raízes do Brasil. 3ª ed. São Paulo: Cia. das Letras, 1997.

FREYRE, Gilberto. Casa Grande & Senzala. 47ª ed. S/l: Global, 2003.

DAMATTA. Roberto. O que faz o Brasil, Brasil? 8ª ed. Rocco, 1997.

DAMATTA. Roberto. Carnavais, Malandros e Heróis – para uma sociologia do dilema brasileiro. Rocco, 1997.

SANTOS, José Luís. O que é cultura? 14ª ed. Brasiliense, 1994.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

Artigos disponíveis em: www.antropologia.com.br

Denominação: Comunicação e Expressão

Área de concentração: Formação Geral

Carga Horária: 30 h/a

Créditos - Total: 02

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 02

OBJETIVOS:

Desenvolver habilidades de análise e produção textual, observando a coesão e coerência, bem como as questões gramaticais pertinentes às situações de interação verbal e escrita.

EMENTA:

Processos comunicativos: funções da linguagem. Texto científico e não-científico: diferenças e especificidades A produção textual: mecanismos de coesão e coerência.

A argumentação e os operadores argumentativos. Tipos de gêneros: o resumo, a resenha, o relatório, o parecer, o seminário. Correspondência comercial e oficial: memorando, curriculum, recibo, procuração, relatório, certidão, edital, parecer, ofício, requerimento, ata, circular, convocação, atestado, declaração, certificado e carta comercial.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ABREU, A. S. Curso de redação. São Paulo: Ática, 1991.

FIORIN, J. L.; SAVIOLI, F. P. Para entender o texto. Leitura e redação. São Paulo: Ática, 1991.

MARTINS, Dileta Silveira; ZILBERKNOP, Lúbia Sciliar. Português Instrumental de acordo com as atuais normas da ABNT. 24. ed. rev. e ampl. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2003.

MEDEIROS, João Bosco. Correspondência – técnicas de comunicação criativa. 17. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

CASTRO, Belluci Belório de Castro et al. Os degraus da leitura. Bauru: EDUSC, 2000.

_____. Os degraus da produção textual. Bauru, SP: EDUSC, 2003.

SAVIOLI, F. P.; FIORIN, J. L. Lições de texto: leitura e redação. São Paulo: Ática, 1996.

Denominação: Comunicação Empresarial

Área de concentração: Administração Geral

Carga Horária: 30 h/a

Créditos - Total: 02

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 02

OBJETIVOS:

Apresentar as bases teóricas do estudo da Comunicação e seus processos nas organizações; Desenvolver o conhecimento de fatores influentes nos processos da comunicação nas organizações nos níveis Individual, Grupal e Estrutural; Apresentar conceitos básicos da comunicação de Relações Públicas nas organizações; Desenvolver habilidades técnicas de comunicação.

EMENTA:

Introdução à Comunicação Empresarial; O processo da comunicação; Aspectos comportamentais individuais e grupais na comunicação; Grupos informais e comunicação; Comunicação nos vários tipos de Organizações; Princípios de Relações Públicas; Uso instrumental da comunicação: técnicas e métodos de comunicação empresarial e individual.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

COSTA, Maria Cristina Castilho (org.). Gestão da Comunicação. São Paulo: Atlas, 2006.

DUARTE, Jorge (org.). Comunicação Pública: estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.

GAUDÊNCIO TORQUATO. Cultura, Poder, Comunicação e Imagem: Fundamentos da nova empresa. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

GAUDÊNCIO TORQUATO. Tratado de Comunicação Organizacional e Política. São Paulo: Atlas, 2002.

HALL, R. H. Organizações – Estruturas e Processos. 8ª ed. Rio de Janeiro: Prentice Hall, 2004.

LESLY, Philip. Os Fundamentos de Relações Públicas e da Comunicação. São Paulo: Thomson Learning, 2002.

ROBBINS, STEPHEN P. Comportamento Organizacional. São Paulo: Pearson, 2005.
TOMASI, Calorlina; MEDEIROS, João Bosco. Comunicação Empresarial. São Paulo: Atlas, 2006.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BATEMAN, Thomas; SNELL, Scott. Administração: Novo Cenário Competitivo. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2006.

BATEMAN, Thomas; SNELL, Scott. Administração: Construindo Vantagem Competitiva. São Paulo: Atlas, 1998.

CESCA, Cleuza G. Gimenes. Comunicação Dirigida Escrita Na Empresa. São Paulo: SUMMUS, 1995.

CHANLAT, J. F. O Indivíduo na Organização. Vol. I. São Paulo; Atlas, 1996.

CHANLAT, J. F. O Indivíduo na Organização. Vol. II. São Paulo; Atlas, 1996.

CHANLAT, J. F. O Indivíduo na Organização. Vol. III. São Paulo; Atlas, 1996.

FUERTH, Leonardo Ribeiro. Técnicas de Reuniões: Promovendo Encontros Produtivos. Rio de Janeiro: Impetus, 2004.

HARDY, Cynthia; CLEGG, Stewart R.; NORD, Walter R. Handbook de Estudos Organizacionais - Vol. I. São Paulo: Atlas, 1999.

HARDY, Cynthia; CLEGG, Stewart R.; NORD, Walter R. Handbook de Estudos Organizacionais - Vol. II. São Paulo: Atlas, 2001.

HARDY, Cynthia; CLEGG, Stewart R.; NORD, Walter R. Handbook de Estudos Organizacionais - Vol. III. São Paulo: Atlas, 2004.

HURST, Bernice. Manual de Técnicas de Comunicação. São Paulo: Littera Mundi, 2003.

STONER, J. A. F. e FREEMAN, R. E. Administração. Rio de Janeiro: LTC, 2002.

Denominação: Contabilidade para Administração I

Área de concentração: Administração Financeira

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Possibilitar ao aluno, compreender a importância da Contabilidade para a Administração através da escrituração contábil, elaboração e análise das demonstrações contábeis.

EMENTA:

Conceitos e Princípios fundamentais da Contabilidade; Livros de escrituração; Plano de contas; Operações com mercadorias; Operações financeiras; Avaliação de estoques; Impostos e contribuições sociais sobre a receita; Depreciação, exaustão

e amortização; Demonstrações Contábeis: Balanço Patrimonial, Demonstração de Lucros acumulados e Demonstração de Resultados; Análise das demonstrações contábeis.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

TELES, Egberto Lucena; NAGATSUKA, Divane Alves da Silva. Manual de Contabilidade Introdutória. São Paulo: Thomson, 2001.

IUDILIBUS, Sergio de e MARION; José Carlos, Introdução à Teoria da Contabilidade - para o nível de graduação. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2006.

PADOVELE, Clovis Luis, Manual de Contabilidade Básica: Uma introdução à Prática Contábil – Texto e exercícios. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

ARAÚJO, Adriana Maria Procópio; ASSAF NETO, Alexandre. Introdução à Contabilidade. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

SCHMIDT, Paulo S. SANTOS, José Luiz dos, GOMES, José Mário Matsumura e FERNANDES, Luciane Alves, Introdução à Contabilidade: Atualizada pela minireforma tributária Lei N. 10. 637/02. São Paulo: Atlas, 2003.

IUDILIBUS, Sergio de e MARION; José Carlos, Curso de Contabilidade para não contadores. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2006.

MARION, José Carlos. Análise das Demonstrações Contábeis - Contabilidade Empresarial. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2005.

NEVES, Silvério das; VICECONTI; Paulo. Contabilidade Básica e Estrutura das Demonstrações Contábeis. 11ª ed. São Paulo: Frase, 2004.

DENOMINAÇÃO: CONTABILIDADE PARA ADMINISTRAÇÃO II

Área de concentração: Administração Financeira

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Desenvolver e aplicar os conceitos de custos na análise gerencial para tomada de decisão.

EMENTA:

Conceitos sobre a Contabilidade de Custos, Financeira e a Gerencial; Classificações e nomenclaturas; Esquema Simples de Custo; Departamentalização. Custos Indiretos de Fabricação; Materiais Diretos e; Mão-de-obra Direta; Relação cont; Custeio Baseado em Atividades (ABC); Custo-padrão; Fixação do preço de venda.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

MARTINS, Eliseu; CREPALDI, Silvio Aparecido. Contabilidade de Custos. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2003.

IUDICIBUS, Sergio de. Contabilidade Gerencial. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 1998.

MARTINS, Eliseu. Contabilidade de Custos. 9ª ed. São Paulo: Atlas, 2003.

SANTOS, Joel J. Análise de Custos. 4. edição. São Paulo: Atlas, 2005.

VANDERBECK, Edward J.; NAGY, Charles F. Contabilidade de Custos. 11ª ed. São Paulo: Thomson, 2001.

SANTOS, Joel J. Análise de Custos. 4. edição. São Paulo: Atlas, 2005.

CREPALDI, Silvio Aparecido. Contabilidade Gerencial: Teoria e Prática. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

WARREN, Carl S.; REEVE, James M.; FESS, Feles E. Contabilidade Gerencial. São Paulo: Thomson, 2001.

COGAN, Samuel. Custos e Preço - Formação e Análise, São Paulo: Thomson, 2002.

HANSEN, Don Rua.; MOWEN, Marani Maryanne M. Gestão de Custos Contabilidade e Controle. São Paulo: Thomson, 2001.

OLIVEIRA, Luis Martins de; HERNANDEZ JÚNIOR, José. Contabilidade de custos para não contadores. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2005.

PADOVEZE, Clovis L. Curso Básico Gerencial de Custos. São Paulo: Thomson, 2003.

WARREN, Carl S.; REEVE, James M.; FESS, Philip E. Contabilidade Gerencial. São Paulo: Thomson, 2001.

Denominação: Direito Administrativo

Área de Concentração: Direito para Administração

Carga Horária: 30h/a

Créditos - Total: 02

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 02

OBJETIVOS:

Possibilitar ao aluno o conhecimento sobre a dinâmica da Administração Pública e sua relação com a sociedade.

EMENTA:

Conceito; Campo de Aplicação; Relação com os demais Ramos do Direito; Fontes do Direito Administrativo; Administração Pública; Relação de Direito Administrativo; Regime Jurídico-Administrativo; Princípios Constitucionais do Direito Administrativo; Organização Administrativa; Atos Administrativos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

FILHO, José Carvalho dos Santos. Manual de Direito Administrativo. 15ª ed. São Paulo: Lumen júris, 2006.

MELLO, Celso Antônio Bandeira de. Curso de Direito Administrativo. 8ª ed. São Paulo: Malheiros, 1996.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

MEDAUAR, Odete. Direito Administrativo Moderno. 2ª Ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1998.

MEIRELLES, Hely Lopes. Direito Municipal Brasileiro. 5ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1985

Denominação: Direito do Consumidor

Área de Concentração: Direito para Administração

Carga Horária: 30h/a

Créditos - Total: 02

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 02

OBJETIVOS:

Apresentar a aplicabilidade e relevância do Direito do Consumidor no contexto das empresas e da sociedade em geral. Apresentar problemas cotidianos que condicionem a reflexão e discussão dos fundamentos jurídicos. Desenvolver e aplicar os conceitos de consumidor, fornecedor, relação de consumo e suas inter-relações.

EMENTA:

Noções gerais de Direito do Consumidor; Os sujeitos da relação de consumo; A tutela do consumidor no; Código de Defesa do Consumidor (Lei 8078/90); Proteção e defesa do Direito do Consumidor; Práticas comerciais abusivas e cláusulas contratuais abusivas; A defesa do consumidor em juízo.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

FILOMENO, José Geraldo Brito. Manual de direitos do consumidor. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

OLIVEIRA, James Eduardo. Código de Defesa do Consumidor – anotado e comentado - Doutrina e Jurisprudência. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

KHOURI, Paulo R Roque. Direito do Consumidor. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2005.

DIDIER JR. , Fredie. Ações Constitucionais. 2ª Ed. Salvador: Editora Podivm, 2007

Denominação: Direito do Trabalho

Área de Concentração: Direito para Administração

Carga Horária: 30h/a

Créditos - Total: 02

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 02

OBJETIVOS:

Transmitir os princípios norteadores da relação de trabalho e o estudo de seus sujeitos: empregados e empregadores.

EMENTA:

Noções fundamentais, Contrato Individuais de Trabalho e Relação de Emprego; Caracterização; Contratos Afins; Contratos Especiais de Trabalho; Sujeitos e conteúdo; Obrigações decorrentes do contrato.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

MARTINS, Sérgio Pinto. Curso de direito processual do trabalho. 21ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

NASCIMENTO, Amauri Mascaro. Curso de direito processual do trabalho. 20ª ed. São Paulo: Saraiva, 2001.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

PINTO, José Augusto Rodrigues. Processo trabalhista de conhecimento. 4ª ed. São Paulo: LTr, 1998.

SUSSEKIND, Arnaldo. Instituições de direito do trabalho. 21ª ed. São Paulo: LTr, 2003.

Denominação: Direito Empresarial

Área de concentração: Direito para Administração

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Demonstrar a aplicabilidade e relevância do Direito Tributário na administração de empresas. Apresentar problemas cotidianos que condicionem a reflexão e discussão dos fundamentos jurídicos; Transmitir conhecimentos concernentes aos instrumentos jurídicos manejados pelos administradores.

EMENTA:

Empresa e empresário; Estabelecimento empresarial; Nome empresarial; Propriedade industrial; Sociedades empresariais; Títulos de créditos; recuperação judicial; Lei do inquilinato.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

REALE, Miguel. Lições preliminares de direito. 27ª ed. São Paulo: Saraiva, 2003.
PAES, Paulo Roberto Tavares. Direito Empresarial: estudos e pareceres. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

COTRIM, Gilberto. Direito e Legislação - reformulado. 21ª ed. São Paulo: Saraiva, 2000.
DIDIER JR. , Fredie. Ações Constitucionais. 2ª Ed. Salvador: Editora Podivm, 2007.

Denominação: Direito Tributário

Área de Concentração: Direito para Administração

Carga Horária: 30

Créditos - Total: 02

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 02

OBJETIVOS:

Demonstrar a aplicabilidade e relevância do Direito Tributário na administração de empresas. Apresentar problemas cotidianos que condicionem a reflexão e discussão dos fundamentos jurídicos.

EMENTA:

Direito financeiro; Tributos: conceito e espécies; Obrigação tributária; Crédito tributário; Administração tributária.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

CARVALHO, Paulo de Barros. Curso de Direito Tributário. 17ª ed. São Paulo: Saraiva, 2005.
FEDERIGHI, Wanderley José. Direito Tributário – Parte Geral. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

ROCHA, João Marcelo. Direito Tributário. 5ª ed. Rio de Janeiro: Editora Ferreira, 2007.
DIDIER JR. , Fredie. Ações Constitucionais. 2ª ed. Salvador: Editora Podivm, 2007.

Denominação: Economia Brasileira

Área de concentração: Economia

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Desenvolver a compreensão teórica e a capacidade de reflexão crítica sobre a estrutura da economia brasileira, e sua influência na tomada de decisão governamental.

EMENTA:

A economia brasileira através do modelo agro-exportador e industrial. Os planos econômicos; Brasil agro-exportador; Industrialização da Economia Brasileira; Dívida Externa; Inflação e Planos Governamentais; Globalização produtiva e financeira; Inserção Mundial; O Estado na Economia Brasileira. Sistema Financeiro e transformações recentes.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BRUM, Argemiro Jacob. O Desenvolvimento Econômico Brasileiro. 21ª ed. Petrópolis: Vozes, 2001

LACERDA, Antônio Corrêa de et al. Economia Brasileira. 1ª ed. São Paulo: Saraiva, 2001

LANZANA, Antonio Evaristo Teixeira. Economia Brasileira: Fundamentos e Atualidade. São Paulo: Atlas, 2001

GREMAUD, Amaury Patrick et al. Economia Brasileira Contemporânea. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 1999.

FURTADO, Milton Braga. Síntese da Economia Brasileira. 6ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 1998

BAER, Werner. A Economia Brasileira. São Paulo: Nobel, 1995.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

KEYNE, John Maynard. Teoria Geral do Emprego, dos Juros e da Moeda. São Paulo: ed. Nova Cultura, 1988.

TAVARES, Maria da Conceição. Da Substituição de Importações ao Capitalismo Financeiro. 7ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

FURTADO, Celso. Formação Econômica do Brasil. 14ª ed. São Paulo: Nacional, 1976.

Denominação: Estudos Políticos

Área de concentração: Formação Geral

Carga Horária: 30 h/a

Créditos - Total: 02

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 02

OBJETIVOS:

Apresentar conceitos e fundamentos do pensamento político e inseri-los a fim de compreender a sociedade política. O curso preza pela difusão e consolidação de estudos humanísticos visando aprimorar o espírito crítico e cidadão.

EMENTA:

Introdução e conceitos; Poder; História do Pensamento Político; Pensamentos e teorias de Platão, Aristóteles, Bodin, Maquiavel, Hobbes, Locke, Montesquieu, Rousseau, Burke, Kant, Hegel, Tocqueville, Stuart Mill e Marx, e de pensadores da Idade Média.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

MINOGUE, Kenneth. Política. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

RUBY, Christian. Introdução à Filosofia Política. São Paulo: UNESP, 1998.

WEFFORT, Francisco C. (org.) Os clássicos da Política. (2 vols.) 13ª ed. São Paulo: Ática, 2005.

LEBRUN, Gerard. O que é poder? 14ª ed. Brasilense, 1994.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BOBBIO, Norberto. Dicionário de Política. (2 vols.) 12ª ed. Brasília: UnB, 2004.

CASTRO, Celso Antonio P. de; FALCÃO, Leonor Peçanha. Ciência Política – uma introdução. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

SÓFOCLES. Antígona. 1ª ed. L&PM, 2002.

ARISTÓFANES. Os cavaleiros. 1ª ed. Brasília: UnB, 2000.

SHAKESPEARE, William. Ricardo III. Nova Fronteira, 1993.

Denominação: Ética e Responsabilidade Social

Área de Concentração: Formação Geral.

Carga Horária: 60

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Estimular e empreender a reflexão sobre a importância do comportamento ético na vida em sociedade e no trabalho, bem como conhecer e analisar as ações de responsabilidade social empresariais.

EMENTA:

Ética, morais e sociedade. Correntes filosóficas e reflexões atuais. Teorias éticas. Egoísmo e altruísmos. Legitimidade e dilemas éticos. Ética profissional. Capitalismo e ética empresarial: Gestão da reputação. Responsabilidade social empresarial. Outros temas propostos: corrupção, balanço social, assédio moral, assédio sexual, Instituto Ethos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

SROUR, Robert Henry. Ética empresarial: A gestão da reputação. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

MACHADO FILHO, Cláudio Pinheiro. Responsabilidade Social e governança: os debates e as implicações. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2006.

RODRIGUEZ, Martius Vicente Rodriguez y (org). Ética e responsabilidade social nas empresas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BOFF, Leonardo. Ética e moral: a busca dos fundamentos. 2ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

BORGES, Maria de Lourdes; DALL'AGNOL, Darlei; DUTRA, Delemar Volpato. Ética. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

LEISINGER, Klaus M.; SCHMITT, Karin. Ética empresarial: responsabilidade global e gerenciamento moderno. Petrópolis: Vozes, 2001.

MATTAR, João. Filosofia e ética na administração. São Paulo: Saraiva, 2004.

MOREIRA, Joaquim Manhães. A ética empresarial no Brasil. São Paulo: Pioneira, 2002.

Denominação: Filosofia para Administração

Área de Concentração: Formação Geral

Carga Horária: 30

Créditos - Total: 02

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 02

OBJETIVOS:

Levar à compreensão do significado da filosofia, sua história e contribuição para a ciência e aos pensamentos políticos contemporâneos.

EMENTA:

Noções gerais de história da filosofia; Lógica e sofismas da argumentação; Filosofia da linguagem; Teoria do conhecimento; Relação entre sujeito conhecedor e realidade.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

MATTAR, João. Filosofia e ética na administração. São Paulo: Saraiva, 2004.

HESSEN, Johannes. Teoria do conhecimento. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

CHAUI, Marilena. São Paulo: Convite à filosofia. São Paulo: Ática, 2003.

SOARES, Edvaldo. Fundamentos de lógica: elementos de lógica formal e teoria da argumentação. São Paulo: Atlas, 2003.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

GHIRALDELLI JR. , Paulo. Introdução a Filosofia. São Paulo: Manole, 2002.

HEGEL, George Wilhelm Friedrich. Introdução à história da filosofia. Ridel, 2005.

Denominação: Introdução à Economia

Área de concentração: Economia

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Desenvolver a compreensão teórica e a capacidade de reflexão crítica da economia em níveis microeconômicos e macroeconômicos.

EMENTA:

Conceitos fundamentais da moderna teoria econômica visualizando a produção e a importância da demanda de mercado; Noções Básicas de micro-economia: Noções Básicas de macroeconomia; Conceitos básicos: Necessidades e Recursos econômicos; Agentes Econômicos; Sistema Econômico; Noções de Micro-economia: Mercado; Demanda; Oferta; Equilíbrio; Elasticidade e Receita; Produção, Produtividade e Custos; Noções de Macroeconomia: principais

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BEGG, David K. H. Introdução à Economia: para cursos de administração, Direito, Ciências Humanas e Contábeis. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

ROSSETTI, José Paschoal. Introdução à Economia. 18ª ed. São Paulo: Atlas, 2000.

SOUSA, Nali de Jesus de. Introdução à Economia. São Paulo: Atlas, 1996.

BARBOSA, S. E. S.; ORNELAS N. J. Introdução à Economia. São Paulo: LTC, 1996.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

CASTRO, Antônio Barros de; LESSA, Carlos Francisco. Introdução à Economia: uma abordagem estruturalista. 22ª ed. Rio de Janeiro: Forense-universitária, 1981

SAMUELSON, Paul Anthony. Introdução à Análise Econômica. 8ª ed. Rio de Janeiro: agir, 1979.

Denominação: Políticas Públicas

Área de Concentração: Economia

Carga Horária: 30

Créditos - Total: 02

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 02

OBJETIVOS:

Desenvolver a compreensão teórica e a capacidade de reflexão crítica do processo de gestão do setor público.

EMENTA:

Conceitos e enfoques teóricos relevantes para análise de políticas públicas; Estudo empírico do processo de formulação e implementação de políticas públicas; Novas tendências e paradigmas da gestão pública contemporânea (governança, eficiência, governo eletrônico, transparência, accountability, parcerias com setor privado, participação e descentralização); Implementação e avaliação de políticas públicas; Formulação de políticas públicas: análise da gênese e processamento político de agendas relativas a políticas públicas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BONETI, Lindomar Wesler. O silêncio das águas: políticas públicas, meio ambientes e exclusão social. Ijuí: Unijuí, 2003.

CAVALCANTI, Bianor Scelza. Ruediger, Marco Aurélio. Sobreira, Rogério. Desenvolvimento e Construção Nacional: políticas públicas. RJ:FGV, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BELLONI, Isaura. Metodologia de Avaliação em Políticas Públicas. São Paulo: Cortez, 2000.

FALEIROS, V. P. O que é política social? São Paulo: Brasiliense, 1986.

CARVALHO, Alysson M. et al. Políticas Públicas. Belo Horizonte: UFMG, 2001.

GRAYSON, David; HODGES, Adrian. Compromisso Social e Gestão Empresarial. São Paulo: Publifolha, 2002.

MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. Empreendedorismo Social. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

VÁRIOS AUTORES. Responsabilidade Social das Empresas (2 vols.). Uberaba: Fundação Peiropolis, 2002.

Denominação: Processos Psicossociais do Trabalho

Área de concentração: Formação Geral

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Apresentar os princípios e teorias psicológicas que permitam desenvolver a compreensão dos processos psicossociais básicos envolvidos e influentes na administração.

EMENTA:

A psicologia como ciência; O fenômeno psicológico e subjetividade; Categorias em psicologia: motivação; percepção; condicionamento; emoção; linguagem; identidade; atitude; Saúde e trabalho: debates atuais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BOCK, A. M. B.; FURTADO, O.; TEIXEIRA, M. L. T. Psicologias: uma introdução ao estudo da Psicologia. São Paulo: Saraiva, 1999.

FIORELLI, J. O. Psicologia para administradores: integrando teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2004.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BOCK, A. M. B.; GONÇALVES, M. G. M.; FURTADO, O. (Orgs.). Psicologia Sócio-histórica: uma perspectiva crítica em psicologia. São Paulo: Cortez, 2001.

CODO, W. Educação: carinho e trabalho. Petrópolis, RJ: Vozes/Brasília: Confederação Nacional dos Trabalhadores em Educação: UnB, 1999.

SELIGMANN-SILVA, E. Saúde mental e automação: a propósito de um estudo de caso no setor ferroviário. Cad. Saúde Pública, 1997, v. 13, sup. 2, p. 95-109.

JACQUES, M. G. C.; STREY, M. N.; BERNARDES, M. G.; GUARESCHI, P. A.; CARLOS, S. A.; FONSECA, T. M. G. Psicologia Social Contemporânea – Livro Texto. Petrópolis: Vozes, 1998.

BRAGHIROLI, E. Psicologia Geral. Porto Alegre: Vozes, 1990.

Denominação: Sociologia

Área de concentração: Formação Geral

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Elucidar e refletir mudanças do pensamento sociológico e inseri-los na compreensão da contemporaneidade através da discussão da modernidade e pós-modernidade.

EMENTA:

Fundamentos do pensamento sociológico; Seminários de temas afins e atuais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

LALLEMENT, Michel. História das Idéias Sociológicas. Rio de Janeiro: Vozes, 2005.

MARTINS, Carlos B. O que é Sociologia. Brasília: Brasiliense, 2003.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BERGER, Peter. A Construção Social da Realidade. São Paulo: Editora Vozes, 1987.

FORACCHI, Marialice M.; MARTINS, José de Souza. Sociologia e Sociedade. Rio de Janeiro: LTC, 1980.

- IANNI, Octávio (org.). Teorias de Estratificação Social. São Paulo: Nacional, 1978.
 MARX & ENGELS. O Manifesto Comunista. São Paulo: Martins Claret.1982
 NORBERT, Elias. O Processo Civilizador. Rio de Janeiro: Jorge Zahar,1990.
 WEBER, Max. A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo. São Paulo:Pioneira,2006.
 WEBER, Max. Ensaio de Sociologia. Rio de Janeiro: JC,1996.

9.2 Disciplinas do Ciclo de Formação Profissional

O Ciclo de Formação Profissional é composto por disciplinas que constituem o cerne do curso e que garantem o próprio e indispensável aos administradores em qualquer especialidade ou campo de trabalho. São disciplinas específicas à formação do administrador, às áreas de concentração da ciência da administração e aos estudos quantitativos e suas tecnologias. O Ciclo de Formação Profissional é subdividido nos seguintes blocos:

Bloco de Formação Profissional Básica – compreendendo disciplinas de administração geral, disciplinas básicas de estudos quantitativos e disciplinas básicas das áreas de concentração da ciência da administração e;

Bloco de Formação Profissional Avançada – compreendendo disciplinas aplicadas e avançadas de administração geral, de estudos quantitativos e das áreas de concentração da ciência da administração.

9.2.1 Bloco de Formação Profissional Básica

Administração da Produção e Operações	Matemática para Administração
Administração Financeira I	Matemática Financeira
Comportamento Organizacional	Metodologia Científica
Estatística para Administração	Metodologia de Pesquisa em Administração
Estudos Organizacionais	Pesquisa Operacional
Gestão de Pessoas I	Processo Decisório
Gestão de Pessoas II	Sistemas Organizacionais
Introdução à Administração	Teoria Geral da Administração
Marketing I	

Denominação: Administração da Produção e Operações

Área de concentração: Administração da Produção e Operações

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Desenvolver conhecimentos e habilidades referentes aos princípios teóricos e técnicas da Administração da Produção e Operações e dos sistemas produtivos.

EMENTA:

Os sistemas produtivos: manufatura e serviços; Estratégia de produção; Qualidade em Serviços; Decisão de Localização; Arranjo físico e fluxo; Princípios de Planejamento e Controle da Produção; Gestão da Capacidade; Melhoria da Produção.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

DAVIS, Mark M. Fundamentos da administração da produção. 3ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

FOUST; WENZEL; CLUMP; MAUS; ANDERSEN. Princípios das Operações Unitárias. 5ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 1998.

MOREIRA, Daniel Augusto. Administração da produção e operações. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

HEIZER, Jay; RENDER, Barry. Administração de Operações. Bens e Serviços. 5ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 2001.

STEVENSON, William J. Administração das Operações de Produção. 6ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 2001.

VOLLMANN, Thomas E.; BERRY, William L.; WHYBARK, D. Clay; JACOBS, F. Robert. Sistemas de Planejamento e Controle da Produção para o Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

FUSCO, José Paulo Alves. Administração de operações: da formulação estratégica ao controle operacional. São Paulo: Arte & Ciência, 2003

DAFT, Richard L. Administração. 6ª ed. São Paulo: Thomson Learning, 2005.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Introdução à Administração. São Paulo: Atlas, 2004.

ROBBINS, Stephen P. Administração: Mudanças e Perspectivas. São Paulo: Saraiva, 2000.

Denominação: Administração Financeira I

Área de concentração: Administração Financeira

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Capacitar o aluno na utilização de teorias e procedimentos da administração financeira I na resolução de problemas organizacionais ligados à gestão de investimentos e financiamentos de curto prazo, bem como o emprego de soluções oriundas do mercado financeiro.

EMENTA:

Objetivos e metodologia da Administração Financeira; Introdução a Administração

do capital de giro; Modelo dinâmico de gestão do capital de giro. Administração do ativo circulante. Mercado Financeiro. Sistema Financeiro Nacional. Mercado bancário. Mercado de crédito. Mercado de ações. Risco e retorno de carteiras de ações.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

DAMODARAN, Aswath. A Face Oculta da Avaliação. São Paulo: Makron Books, 2002.

FORTUNA, Eduardo. Mercado financeiro: produtos e serviços. 16ª ed. São Paulo: Qualitymark, 2005.

GITMAN, Lawrence J.; MADURA, Jeff. Administração Financeira – Uma Abordagem Gerencial. São Paulo: Pearson, 2003.

SANTOS, Edno Oliveira dos. Administração Financeira da Pequena e Média Empresa, São Paulo: Atlas, 2001.

VIEIRA, Marcos Vilela. Administração estratégica do capital de giro. São Paulo: Atlas, 2005.

GITMAN, Lawrence J. Princípios de Administração Financeira. 7ª ed. São Paulo: Harbra, 2002.

WESTON, J. Fred; BRIGHAM, Eugene F. Fundamentos da Administração Financeira. 10ª ed. São Paulo: Pearson Marron Books, 2000.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

DAMODARAN, Aswath. Finanças Corporativas Aplicadas – Manual do Usuário. Porto Alegre: Bookman, 2002.

ASSAF NETO, Alexandre. Mercado financeiro. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2006.

FERREIRA, Roberto G. Matemática Financeira Aplicada ao Mercado de Capitais. 1 vol. Recife: Universitária UFPE, 1995.

LEMES JUNIO, Antonio Barbosa et al. Administração Financeira: Princípios, Fundamentos e Práticas Brasileiras. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

LIMA, Gerlando. Augusto S. F.; LIMA, Iran Siqueira; PIMENTEL, René Coppe. Curso de mercado financeiro: tópicos especiais. São Paulo: Atlas, 2006.

MATIAS, Alberto Borges. Finanças corporativas de curto prazo: a gestão do valor do capital de giro. São Paulo: Atlas, 2007.

SHINODA, Carlos. Matemática Financeira para Usuários do Excel. São Paulo: Atlas, 1998.

Denominação: Comportamento Organizacional

Área de concentração: Organizações

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Desenvolver a compreensão dos fenômenos comportamentais presentes nas organizações, nas relações nos níveis pessoais, grupais e organizacionais e entre si, e suas influências mútuas.

EMENTA:

Fundamentos de comportamento organizacional; Fatores Individuais e suas influências nos comportamento; Fatores relativos ao grupo e aos indivíduos em relação ao grupo e suas influências no comportamento; Fatores Organizacionais e suas influências nos comportamento dos grupos e individuais; Temas contemporâneos sobre comportamento nas organizações.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

COHEN, Allan R.; FINK, Stephen L. Comportamento Organizacional: Conceitos e Estudos de Casos. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

ROBBINS, Stephen P. Fundamentos do Comportamento Organizacional. 7ª ed. São Paulo: Pearson Education, 2004.

ROBBINS, Stephen P. Comportamento Organizacional. 11ª ed. São Paulo: Pearson Education, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BERGAMINI, Cecília Whitaker. Psicologia Aplicada à Administração de Empresas: Psicologia do Comportamento Organizacional. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 1982.

BERGAMINI, Cecília. W. e CODA, R. Psicodinâmica da Vida Organizacional: Motivação; Liderança. São Paulo: Livraria Pioneira, 1990.

CHIAVENATO, Idalberto. Comportamento Organizacional - A dinâmica do Sucesso das Organizações. São Paulo: Thomsom Learning, 2003.

DRAKE, R.; SMITH, P. M. Ciência do Comportamento na Indústria, McGraw-Hill, São Paulo: 1977.

DUBRIN, Andrew J. Fundamentos do Comportamento Organizacional. São Paulo: Thomsom Learning, 2002.

FLEURY, Afonso; FLEURY, Maria Tereza Leme. Aprendizagem e Inovação Organizacional: As Experiências de Japão, Coréia e Brasil. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 1997.

KANAANE, Roberto. Comportamento Humano nas Organizações: O Homem Rumo ao Século XXI. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 1999.

NADLER, D. A.; HACKAMAN, Jr.; LAWLER, E. Comportamento Organizacional. Rio de Janeiro: Campus, 1983.

SCHEIN, Edgard. Psicologia Organizacional. Rio de Janeiro: Prentice Hall do Brasil, 1982.

SOTO, Eduardo. Comportamento Organizacional - O Impacto das Emoções. São

Paulo: Thomsom Learning, 2002.

WOOD JR. Thomaz. Gestão Empresarial: Comportamento Organizacional. São Paulo: Atlas, 2005.

Denominação: Estatística para Administração

Área de concentração: Estudos Quantitativos e Tecnologias

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Apresentar ao aluno os aspectos básicos da probabilidade e da estatística aplicadas à área de Administração.

EMENTA:

Apresentar ao discente os aspectos básicos da probabilidade e da estatística aplicadas à área de Administração População e amostra; Amostragem; Estatística descritiva; Probabilidade; Distribuições discretas; Distribuições contínuas; Inferência e testes de hipóteses; Correlação e regressão; População e amostra; Amostragem; Estatística descritiva; Probabilidade; Distribuições discretas; Distribuições contínuas; Inferência e testes de hipóteses; Correlação e regressão.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

MEYER, P. L. Probabilidade: aplicações à estatística. 2a^a ed. Rio de Janeiro: LTC, 1983.

BUSSAB, W. O.; Morettin, P. A. Estatística básica. São Paulo: Saraiva, 2003.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

LIPSCHUTZ, S. Probabilidade. 4a^a ed. São Paulo: Makron Books, 1972.

MORETTIN, L. G. Estatística básica. Vol. 2. Inferência. São Paulo: Makron Books, 2000.

Denominação: Estudos Organizacionais

Área de concentração: Organizações

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Desenvolver a capacidade de empreender análise organizacional nos mais variados aspectos, desenvolvendo o saber pensar crítico do Estudo das Organizações.

EMENTA:

Estrutura e design organizacional: micro e macro estruturas. Estruturas e suas relações com o ambiente externo. Descentralização. Configurações organizacionais. Estudos críticos das organizações: perspectivas tradicionais e alternativas. Modelos de análise e reflexões nos estudos organizacionais. O indivíduo na organização. Perspectivas de compreensão da organização.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

- HARDY, Cynthia; CLEGG, Stewart R.; NORD, Walter R. Handbook de Estudos Organizacionais - Vol. I. São Paulo: Atlas, 1999.
- HARDY, Cynthia; CLEGG, Stewart R.; NORD, Walter R. Handbook de Estudos Organizacionais - Vol. II. São Paulo: Atlas, 2001.
- HARDY, Cynthia; CLEGG, Stewart R.; NORD, Walter R. Handbook de Estudos Organizacionais - Vol. III. São Paulo: Atlas, 2004.
- PAGÈS, M et al. O Poder das Organizações. São Paulo: Atlas, 1993.
- Mintzberg, Henry. Criando organizações eficazes: estruturas em cinco configurações. São Paulo: Atlas, 2003.
- MORGAN, Gareth. Imagens da Organização. São Paulo; Atlas, 1996.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

- ALVES, S. Racionalidade, Carisma e Tradição nas Organizações Empresariais Contemporâneas. Recife: UFPE, 2003.
- BOURDIEU, P. O Poder Simbólico. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.
- CHANLAT, J. F. O Indivíduo na Organização. Vol. I. São Paulo; Atlas, 1996.
- CHANLAT, J. F. O Indivíduo na Organização. Vol. II. São Paulo; Atlas, 1996.
- CHANLAT, J. F. O Indivíduo na Organização. Vol. III. São Paulo; Atlas, 1996.
- GOFFMAN, E. A Representação do EU na Vida Cotidiana. Petrópolis: Vozes, 1985.
- MOTTA, Fernando C. P. Teoria das Organizações - Evolução e Crítica. São Paulo: Thomson Learning, 2001.

Denominação: Gestão de Pessoas I

Área de concentração: Gestão de Pessoas

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVO:

Proporcionar ao aluno o entendimento da evolução histórica e prática da concepção de gestão de pessoas nas organizações, focando o novo papel do gestor de pessoas. Objetiva-se, ainda, integrar teoria e prática em relação aos subsistemas de recrutamento, seleção, treinamento e desenvolvimento e suas interfaces e aspectos críticos.

EMENTA:

Histórico da área de RH. Teorias administrativas e gestão de pessoas. Alinhamento da gestão de pessoas à estratégica organizacional. O papel estratégico do gestor de pessoas. Os subsistemas de gestão de pessoas: tradicional e estratégico. Recrutamento. Seleção de pessoas. Treinamento. Desenvolvimento de pessoas e de organizações. Educação Corporativa. Aprendizagem organizacional. Gestão do conhecimento. Mentoring e Coaching.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ARAÚJO, Luis César G. Gestão de pessoas: estratégias e integração organizacional. São Paulo: Atlas, 2006.

CHIAVENATO, I. Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações. 2ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

_____. I. Administração dos novos tempos. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

_____. I. Construção de talentos: coaching e mentoring. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

FLEURY, Maria Tereza Leme; OLIVEIRA JUNIOR, Moacir de Miranda (orgs). Gestão estratégica do conhecimento. São Paulo: Atlas, 2001

_____. (org). As pessoas na organização. São Paulo: Gente, 2002.

GIL, A. C. Gestão de pessoas: enfoque nos papéis profissionais. São Paulo: Atlas, 2001.

HARVARD BUSINESS REVIEW. Aprendizagem organizacional. Rio de Janeiro: Campus-BB, 2005.

MARRAS, J. P. Administração de recursos humanos: do operacional ao estratégico. 4ª ed. São Paulo: Futura, 2001.

_____. J. P. Gestão de pessoas em empresas inovadoras. São Paulo: Futura, 2005.

RAUB, Steffen; ROMHARDT, Kai; PROBST, Gilbert. Gestão do conhecimento: elementos construtivos do processo. São Paulo: Bookman, 2002.

VERGARA, S. Gestão de Pessoas. São Paulo: Atlas, 2000.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BERGER, P. A quinta disciplina. São Paulo: Saraiva, 1996.

BERNHOFER, Rosa Elvira Alba. Mentoring: abrindo horizontes, superando limites. São Paulo: Gente, 2001.

CHIAVENATO, I. Administração dos novos tempos. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

DAVEL, Eduardo e VERGARA, Sylvia (orgs.). Gestão com pessoas e subjetividade. São Paulo: Atlas, 2001.

HARVARD BUSINESS REVIEW BOOK. Gestão de pessoas, não de pessoal. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

MORIN, E. Os setes saberes necessários à educação do futuro. 8ª ed. São Paulo: Cortez, 2003.

RUAS, Roberto; ANTONELLO, Cláudia Simone; BOFF, Henrique Luiz. Aprendizagem organizacional e competências: os novos horizontes da gestão. São Paulo: Bookman Companhia, 2004.

Denominação: Gestão de Pessoas II

Área de concentração: Gestão de Pessoas

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Aproximar os discentes da prática da gestão de pessoas nas organizações, focando os desafios e propondo soluções, para assim, desenvolver profissionais para agirem como líderes, gestores embasados em conceitos éticos e em harmonia com o meio ambiente, refletindo sobre as tendências e desafios impostos pela nova organização do trabalho. O foco é integrar teoria e prática em relação aos subsistemas de avaliação de desempenho, remuneração, higiene, segurança e QVT e outras interfaces.

EMENTA:

Gestão de Desempenho. Gestão de Potencial e Talentos. Competências. Remuneração: salário, benefícios e incentivos. Análise e descrição de cargos. Pesquisa salarial. Higiene, Segurança e Qualidade de Vida no Trabalho (QVT). Administração de Carreiras. Consultoria em gestão de pessoas. Gestão de pessoas no Brasil.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BLOCK, Peter. Consultoria: o desafio da liberdade. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2001.

CARBONE, Pedro Paulo; BRANDÃO, Hugo Pena; LEITE, João Batista Diniz. Gestão por competência e gestão do conhecimento. São Paulo: FVG, 2006.

CHIAVENATO, I. Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações. 2ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

DUTRA, Joel. Competências: conceitos e instrumentos. São Paulo: Atlas, 2001.

_____. Administração de carreira: uma proposta para repensar a gestão de pessoas. São Paulo: Atlas, 1996.

FLEURY, Maria Tereza Leme (org). As pessoas na organização. São Paulo: Gente, 2002.

GIL, A. C. Gestão de pessoas: enfoque nos papéis profissionais. São Paulo: Atlas, 2004.

LIMONGE-FRANÇA, Ana Cristina. Qualidade de Vida no Trabalho - QVT. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

MARRAS, J. P. Administração de recursos humanos: do operacional ao estratégico. 4ª

ed. São Paulo: Futura, 2001.

TANURE, Betânia; EVANS, Paul; PUCIK, Vladimir. A Gestão de pessoas no Brasil: virtudes e pecados capitais. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

VERGARA, S. Gestão de pessoas. São Paulo: Atlas, 2000.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BECKER, Brian E. ULRICH, Dave e HUSSELID. Gestão estratégica de pessoas com o scorecard. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

CHIAVENATO, I. Administração dos novos tempos. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

HARVARD BUSINESS REVIEW BOOK. Gestão de pessoas, não de pessoal. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

MOTTA, Fernando C. Prestes (org.). Cultura organizacional e cultura brasileira. São Paulo: Atlas, 1997.

Denominação: Introdução à Administração

Área de concentração: Administração Geral

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Apresentar de maneira introdutória aos discentes o arcabouço teórico fundamental bem como o estado da arte da Administração, permitindo desenvolver uma visão sistêmica e ampla do curso de graduação em administração além de uma visão geral do que é a profissão e as possíveis áreas de atuação, orientado pelas quatro funções: Planejar, organizar, liderar e controlar.

EMENTA:

Conceitos fundamentais da teoria da administração; Evolução da administração; Habilidades e papéis do administrador; O processo decisório; Ética e Responsabilidade; O processo administrativo; Administração Estratégica; Planejamento Operacional e Estratégico; As organizações e o ambiente em que elas atuam; As grandes áreas funcionais da administração; Enfoques atuais da administração.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BATEMAN, Thomas; SNELL, Scott. Administração: Novo Cenário Competitivo. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2006.

DAFT, Richard L. Administração. 6ª ed. São Paulo: Thomson Learning, 2005.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Introdução à Administração. São Paulo: Atlas, 2004.

ROBBINS, Stephen P. Administração: Mudanças e Perspectivas. São Paulo: Saraiva, 2000.

STONER, James; FREEMAN, Edward. Administração. Rio de Janeiro: LTC, 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BATEMAN, Thomas; SNELL, Scott. Administração: Construindo Vantagem Competitiva. São Paulo: Atlas, 1998.

CHIAVENATO, Idalberto. Administração nos Novos Tempos. 2ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

FARIA, J. G. Administração. São Paulo: Thompson- Pioneira, 2002.

FAYOL, Henry. Administração Industrial e Geral: Previsão, Organização, Comando, Coordenação e Controle. 10ª ed. São Paulo: Atlas, 1990.

KWASNICKA, Eunice Lacava. Introdução à Administração. São Paulo: Atlas, 2004.

LACOMBE, Francisco; HEILBORN, Gilberto. Administração: princípios e tendências. São Paulo: Saraiva, 2003.

MASIERO, Gilmar. Introdução à Administração de Empresas. São Paulo: Atlas, 1996

MEGGINSON, Leon C.; MOSLEY, Donald; PIETRI, Paul. Administração: Conceitos e Aplicações. 4ª ed. São Paulo: Harbra, 1998.

MOTTA, Fernando C. Prestes. Teoria das Organizações: Evolução e Crítica. 2ª ed. São Paulo: Thomson, 2001.

MOTTA, Fernando C. Prestes; VASCONCELOS, Isabella F. Gouveia. Teoria Geral da Administração. São Paulo: Thomson, 2002.

TAYLOR, Frederick W. Princípios de Administração Científica. São Paulo: Atlas, 1984.

Denominação: Marketing I

Área de concentração: Administração Mercadológica

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Apresentar ao alunado o arcabouço teórico fundamental da disciplina do marketing; Desenvolver uma visão holística dos atores, recursos e processos que compõem o micro e o macro-ambiente de marketing; Desenvolver a capacidade de identificar oportunidades no mercado; Desenvolver a capacidade analítica e o raciocínio crítico; Desenvolver a criatividade e o espírito empreendedor; Desenvolver a habilidade de trabalhar em equipe.

EMENTA:

Natureza e evolução do conceito de Marketing; Conceitos centrais em Marketing; Ambiente de Marketing; Gestão da informação em Marketing; Análise de mercados e comportamentos de compra; Identificação de segmentos e seleção de mercados-alvo; Criação e gestão de ofertas ao mercado; Gestão do composto de marketing; Criação e gestão de relacionamentos com consumidores; Marketing na Internet.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

COBRA, Marcos. Administração de Marketing no Brasil. São Paulo: Cobra, 2003.

BAKER, Michael. Administração de Marketing. São Paulo: Campus, 2005.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. Administração de Marketing. 12ª ed. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

CHURCHILL JR, Gilbert A; PETER, J. Paul. Marketing: Criando Valor para os Clientes. São Paulo: Saraiva, 2003.

DIAS, Sergio Roberto (org.). Gestão de Marketing. São Paulo: Saraiva, 2004.

ETZEL, Michael J.; WALKER, Bruce J.; STANTON, William J. Marketing. São Paulo: Makron, 2000.

GRONROOS, Christian. Marketing: Gerenciamento e Serviços. 2ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2004.

HARTLEY, Robert F. Erros de Marketing e Sucessos. Barueri-SP: Manole, 2001.

IACOBUCCI, Dawn. Os Desafios do Marketing. São Paulo: Futura, 2001.

LAMB JR, Charles W.; HAIR JR, Joseph F.; MCDANIEL, Carl. Princípios de Marketing. São Paulo: Thomson, 2004.

ROCHA, Ângela. Marketing - Teoria e Prática no Brasil. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SHETH, Jagdish; ESHGHI, Abdolreza; KRISHNAN, Balaji C. Marketing na Internet. Porto Alegre: Bookman, 2001.

YANAZE, Mitsuro Higuchi. Gestão de Marketing e Comunicação: avanços e aplicações. São Paulo: Saraiva, 2007.

Denominação: Matemática para Administração

Área de concentração: Estudos Quantitativos e Tecnologias

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Desenvolver conhecimento e habilidades básicas referentes à matemática e suas aplicações em administração. Apresentar e revisar conceitos básicos de funções, limites e continuidade de funções, derivada de uma função e aplicar a integral de uma função.

EMENTA:

Números Reais e Funções; Funções Usadas em Administração: Função Custo, Receita, Lucro, Demanda e Oferta; Análise de ponto de Equilíbrio; Noções de Limites e Continuidade; Derivada de uma Função; Regras de Derivação; Aplicações:

Máximos e Mínimos, Análise Marginal e Esboço de Gráficos; Noções de Integração: Integral Indefinida, Integração por Substituição e Integral Definida; Aplicações: Áreas e Excedentes do Consumidor e do Produtor.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

WEBER, Jean E. Matemática para Economia e Administração. São Paulo: Harbra, 2001.

MUROLO, A.; Bonetto, G. Matemática Aplicada à Administração, Economia e Contabilidade. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

MORETI, Pedro A. Cálculo Funções de Uma e Várias Variáveis. São Paulo: Saraiva, 2003.

LEITHOLD, L. Matemática Aplicada à Economia e Administração. São Paulo: Harbra, 2001.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

HIMONAS, Alex; HOWARD, Alan. Cálculo: Conceitos e Aplicações. Rio de Janeiro: LTC, 2005.

LEITHOLD, L. O Cálculo com Geometria Analítica. Vol. 1. São Paulo: Harbra, 1982.

FLEMMING, Diva Marília. Cálculo A: funções, limite, derivação, integração. São Paulo: Makron Books, 1992.

Denominação: Matemática Financeira

Área de concentração: Administração Financeira

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Capacitar o aluno na utilização de teorias e procedimentos da matemática financeira para a resolução de problemas do cotidiano das organizações que demandem das soluções desta disciplina.

EMENTA:

Fundamentos da Matemática Financeira; Operações de juros ou capitalização simples; Operações de juros ou capitalização compostos; Operações com taxas de juros; Operações de descontos; Séries de pagamentos – uniforme e variável; Sistemas de Amortização de Empréstimos e Financiamentos; Inflação.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

CASTELO BRANCO, Anísio Costa. Matemática Financeira Aplicada: com valiosos exemplos de aplicação do método algébrico, de calculadora financeira e do programa

- Microsoft Excel. São Paulo: Thomson Learning, 2002.
- DOWLING, Edward. Matemática Aplicada à Economia e Administração. São Paulo: McGraw- Hill, 1990.
- KUHNEN, Osmar Leonardo. Matemática Financeira Aplicada e Análise de Investimento. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.
- MARCONDES, Oswaldo. Matemática Financeira. 6ª ed. São Paulo: Ática, 1992.
- MATIAS, Washington Franco.; GOMES, José Maria. Matemática Financeira. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- PILÃO, Nivaldo Elias. Matemática Financeira e Engenharia Econômica: a teoria e a prática da análise de projetos de investimentos. São Paulo: Thomson Learning, 2003.
- PUCCINI, Abelardo de Lima. Matemática Financeira; Objetiva e Aplicada. 6ª ed. São Paulo: Saraiva, 1999.
- SAMANEZ, Carlos Patrício. Matemática Financeira: aplicações à análise de investimentos. 3ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2002.
- SHINODA, Carlos. Matemática Financeira: Para Usuários do Excel. São Paulo: Atlas, 1998.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

- BALARINE, Oscar Fernando Osório. Tópicos de Matemática Financeira e Engenharia Econômica. 2ª ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.
- CASAROTTO FILHO, Nelson. Análise de Investimentos: Matemática Financeira, Engenharia Econômica, Tomada de decisão, Estratégia Empresarial. 9ª ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- FERREIRA, Roberto G. Matemática Financeira Aplicada: Mercado de capitais, administração financeira, engenharia econômica. 5ª ed. Recife: Universitária UFPE, 2000.
- HIRSCHFELD, Henrique. Engenharia Econômica e Análise de Custos: aplicações práticas para economistas, engenheiros, analistas de investimentos e administradores. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- LAPPONI, Juan Carlos. Matemática Financeira. Rio de Janeiro: Campus, 2005.
- SOUZA, Alceu. Decisões Financeiras e Análise de Investimentos: fundamentos, técnicas e aplicações. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

Denominação: Metodologia Científica

Área de concentração: Ciência e Conhecimento em Administração

Carga Horária: 30 h/a

Créditos - Total: 02

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 02

OBJETIVOS:

Apresentar os conceitos básicos em metodologia científica.

EMENTA:

Tipos de conhecimento; O papel da ciência; Método e técnica; Fatos, leis e teorias; Hipóteses; O processo de leitura; Citações bibliográficas; Trabalhos acadêmicos: tipos, características e composição estrutural; O projeto e o relatório de pesquisa; Estilo de redação; Apresentação gráfica; Normas da ABNT.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

CHALMERS, Alan. F. O que é Ciência Afinal? São Paulo: Brasiliense, 1993.
LAVILLE, Christian; DIONE, Jean. A Construção do Saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Porto Alegre: Artes Médicas; Belo Horizonte: UFMG, 1999.
MARCONI, Marina de Andrade. LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos de Metodologia Científica. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2003.
MÜLLER, Mary Stela; CORNELSEN, Julce Mary. Normas e Padrões Para Teses, Dissertações e Monografias. 5ª ed. Londrina: Eduel, 2003.
SEVERINO, Antonio Joaquim. Metodologia do Trabalho Científico. 22ª ed. São Paulo: Cortez, 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

ALVES, Rubem. Filosofia da Ciência: introdução ao jogo e suas regras. 6ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1985.
ALVES-MAZZOTTI, Alda Judith; GEWANDSZNAJDER, Fernando. O Método nas Ciências Naturais e Sociais. 2ª ed. São Paulo: Thomson, 1999.
ANDRADE, Maria Margarida de. Introdução à Metodologia do Trabalho Científico. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2005.
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. Referências bibliográficas: NBR 6023. Rio de Janeiro: 2000.
DEMO, Pedro. Metodologia Científica em ciências sociais. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 1995.
GIL, Antonio Carlos. Como elaborar Projetos de Pesquisa. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 1998.
KOCHE, José Carlos. Fundamentos de Metodologia Científica: teoria da ciência e prática da pesquisa. 21ª ed. Petrópolis: Vozes, 2002.
LATOURETTE, Bruno. A esperança de Pandora: ensaios sobre a realidade dos estudos científicos. Bauru, SP: EDUSC, 2001.
LATOURETTE, Bruno. Ciência em ação: como seguir cientistas e engenheiros sociedade afora. São Paulo: UNESP: 2000.
MORIN, Edgar. Ciência com consciência. 6ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.
RICHARDSON, Roberto Jarry. Pesquisa social: métodos e técnicas. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 1999.

Denominação: Metodologia de Pesquisa em Administração

Área de concentração: Ciência e Conhecimento em Administração

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Apresentar ao alunado os pressupostos, características e potencialidades das principais estratégias e técnicas de pesquisa aplicadas na área de Administração; Desenvolver a capacidade analítica e o raciocínio crítico; Desenvolver as habilidades de escolha de técnicas e condução de pesquisas; Desenvolver a habilidade de trabalhar em equipe

EMENTA:

Identificação e construção do problema de pesquisa; Tipos, fontes e formas de coleta de dados; Pressupostos, características e potencialidades das estratégias tradicionais (levantamento, experimento, estudo de caso, grupo focal, estudos observacionais) e alternativas para a pesquisa em Administração; Desenvolvimento e validação de instrumentos de coleta de dados; Amostragem e Seleção; Técnicas tradicionais e alternativas para a análise de dados em pesquisas “quantitativas” e “qualitativas”; Prática de elementos da pesquisa empírica.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

COLLIS, Jill; HUSSEY, Roger. Pesquisa em Administração. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. Métodos de Pesquisa em Administração. 7ª ed. São Paulo: Bookman, 2003.

HAIR, J.; BABIN, B.; MONEY, A.; SAMOUEL, P. Fundamentos de Métodos de Pesquisa em Administração. Porto Alegre: Bookman, 2005.

VERGARA, S. C. Métodos de Pesquisa em Administração. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2006.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BABBIE, E. Métodos de Pesquisa de Survey. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

BARDIN, L. Análise de Conteúdo. Lisboa: Edições 70, 1977.

JOVCHELOVITCH, S.; BAUER, M. W. Entrevista narrativa. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (ed.). Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som: Um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2002. Cap. 04, p. 90-113.

CAMPBELL, D.; STANLEY, J. Delineamentos Experimentais e Quase-Experimentais de Pesquisa. São Paulo: EPU, 1979.

DELLAGNELO, E. H. L.; SILVA, R. C. Análise de conteúdo e sua aplicação em pesquisa na Administração. In: VIEIRA, M. M. F.; ZOUAIN, D. M. Pesquisa qualitativa em Administração: Teoria e prática. Rio de Janeiro: FGV. 2005. p. 97-118.

- FAIRCLOUGH, N. Discurso e Mudança Social. Brasília: UNB, 2001.
- FLICK, U. Uma introdução à Pesquisa Qualitativa. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- GASKELL, G. Entrevistas individuais e grupais. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (ed.). Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som: Um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2002. Cap. 03, p. 64-89.
- GANCHÓ, C. V. Como Analisar Narrativas. 7ª ed. São Paulo: Ática, 2003. (Série Princípio).
- GIL, A. C. Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- GILL, R. Análise de discurso. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (ed.). Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som: Um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2002. Cap. 10, p. 244-270.
- HAGUETTE, T. M. F. Metodologias qualitativas na sociologia. 5ª ed. Petrópolis: Vozes, 1997.
- HAIR JR. , J. F. et al. Análise Multivariada de Dados. 5ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- LEVINE, D. M.; BERENSON, M. L.; STEPHAN, D. Estatística: teoria e aplicações. Rio de Janeiro: LTC, 2000.
- LIAKOPOULOS, M. Análise argumentativa. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (ed.). Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: Um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2002. Cap. 09, p. 218-243.
- MOREIRA, D. A. O Método Fenomenológico na Pesquisa. São Paulo: Pioneira: 2002.
- RICHARDSON, R. J. Pesquisa social: métodos e técnicas. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- RUEDIGER, M. A.; RICCIO, V. Grupo focal: método e análise simbólica da organização e da sociedade. In: VIEIRA, M. M. F.; ZOUAIN, D. M. Pesquisa Qualitativa em Administração. Rio de Janeiro: FGV. 2004. Cap. 07, p. 151-172.
- THIOLLENT, M. Pesquisa-ação nas Organizações. São Paulo: Atlas, 1997.
- THIRY-CHERQUES, H. R. Programa para aplicação às pesquisas em ciências da gestão de um método de caráter fenomenológico. In: VIEIRA, M. M. F.; ZOUAIN, D. M. Pesquisa Qualitativa em Administração. Rio de Janeiro: FGV. 2004. Cap. 05, p. 97-119.
- VIEIRA, M. M. F.; PEREIRA, B. N. Estudos etnográficos em Administração. In: VIEIRA, M. M. F.; ZOUAIN, D. M. Pesquisa qualitativa em Administração: Teoria e prática. Rio de Janeiro: FGV. 2005. p. 223-237.
- YIN, Robert K. Estudo de caso: planejamento e métodos. 3ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

Denominação: Pesquisa Operacional

Área de concentração: Administração da Produção e Operações

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Desenvolver aplicações de programação linear, análise de sensibilidade , programação dinâmica e teoria da decisão

EMENTA:

Programação linear; Método gráfico; Algoritmo simplex, casos especiais, análise de sensibilidade, noções de programação dinâmica e programação inteira; Relações de teoria da decisão; Aplicações.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

CAIXETA-FILHO, José Vicente. Pesquisa Operacional: técnicas de otimização aplicadas a sistemas agroindustriais. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

LACHTERMACHER, Gerson. Pesquisa Operacional na Tomada de decisões: modelagem em Excel. 2ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

ANDRADE, Eduardo Leopoldino de. Introdução à Pesquisa Operacional: Métodos e Modelos para Análise de Decisões, 3ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 2004.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Introdução à Administração. São Paulo: Atlas, 2004

ROBBINS, Stephen P. Administração: Mudanças e Perspectivas. São Paulo: Saraiva, 2000.

STONER, James; FREEMAN, Edward. Administração. Rio de Janeiro: LTC, 2002.

Denominação: Processo Decisório

Área de Concentração: Administração Geral

Carga Horária: 30

Créditos - Total: 02

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 02

OBJETIVOS:

Desenvolver o conhecimento crítico e aplicado sobre o processo decisório nos sistemas gerenciais e na dimensão resultados organizacionais visando à eficiência e eficácia nos processos de tomada de decisões.

EMENTA:

O administrador como tomador de decisões; Abordagem do processo decisório; tipos e estruturas das decisões nas organizações; modelos quantitativos e qualitativos de decisão organizacional; Papel do indivíduo e do grupo numa decisão; Processo decisório nos setores públicos e privados; estratégias de melhorias do processo decisório; julgamento nas negociações.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

- BAZERMAN, Max H. Processo Decisório. Rio de Janeiro: Campus, 2004.
- HARVARD BUSINESS REVIEW. Processo Decisório: os Melhores Artigos da Harvard Business Review. Rio de Janeiro: Campus, 2005.
- TAMIO, Shimizu. Tomada de Decisão nas Organizações. São Paulo: Atlas, 2000.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

- MCGEE, James; PRUSAK, Laurence. Gerenciamento Estratégico da Informação. 5ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- ROBBINS, Stephen P. Administração: Mudanças e Perspectivas. São Paulo: Saraiva, 2000.
- STONER, James; FREEMAN, Edward. Administração. Rio de Janeiro: LTC, 2002.
- BATEMAN, Thomas; SNELL, Scott. Administração: Novo Cenário Competitivo. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- BATEMAN, Thomas; SNELL, Scott. Administração: Construindo Vantagem Competitiva. São Paulo: Atlas, 1998.
- DAFT, Richard L. Administração. 6ª ed. São Paulo: Thomson Learning, 2005.
- CHANLAT, J. F. O Indivíduo na Organização. Vol. I. São Paulo; Atlas, 1996.
- CHANLAT, J. F. O Indivíduo na Organização. Vol. II. São Paulo; Atlas, 1996.
- CHANLAT, J. F. O Indivíduo na Organização. Vol. III. São Paulo; Atlas, 1996.
- HARDY, Cynthia; CLEGG, Stewart R.; NORD, Walter R. Handbook de Estudos Organizacionais - Vol. I. São Paulo: Atlas, 1999.
- HARDY, Cynthia; CLEGG, Stewart R.; NORD, Walter R. Handbook de Estudos Organizacionais - Vol. II. São Paulo: Atlas, 2001.
- HARDY, Cynthia; CLEGG, Stewart R.; NORD, Walter R. Handbook de Estudos Organizacionais - Vol. III. São Paulo: Atlas, 2004.

Denominação: Sistemas Organizacionais

Área de concentração: Organizações

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Desenvolver, dentro de uma visão sistêmica, um profissional com habilidades para analisar e estruturar os processos principais e de apoio de uma organização, capaz de racionalizar o trabalho e as organizações, utilizando, de maneira racional e crítica, técnicas para levantar, analisar, desenvolver e implementar modelos de sistemas de gestão.

EMENTA:

Compreensão da Teoria Geral dos Sistemas e desenvolvimento da visão sistêmica

e sua importância; Análise e modelagem da realidade organizacional; Estudos da racionalização do trabalho, sistemas e processos gerenciais como apoio ao processo decisório; Estudo dos elementos constitutivos da estrutura organizacional; Avaliação, diagnóstico e desenvolvimento de sistema de gestão de qualquer tipo de organização, no setor público ou privado, com ou sem finalidade lucrativa; Novas tendências.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ARAÚJO, Luis César G. de. Organização, Sistemas e Métodos e as Modernas Ferramentas de Gestão Organizacional. São Paulo: Atlas, 2004.

CRUZ, Tadeu. Sistemas, Organização & Métodos: Estudo Integrado das Novas Tecnologias da Informação e Introdução à Gerência do Conteúdo e do Conhecimento. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

CURY, Antonio. Organizações e Métodos. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2000.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Sistemas, Organização e Métodos: Uma Abordagem Gerencial. 14ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

FNQ – Fundação Nacional da Qualidade. Cadernos de Excelência: Introdução ao Modelo de Excelência da Gestão – São Paulo, 2007 – (Série Cadernos de Excelência).

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

ASCENÇÃO, Luiz Carlos M. D. Organização, Sistemas e Métodos. São Paulo: Atlas, 2001.

BALLESTERO-ALVAREZ, Maria Esmeralda. Manual de Organização, Sistemas e Métodos: Abordagem Teórica e Prática da Engenharia da Informação. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2000.

HALL, Richard H. Estruturas, Processos e Resultados. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004.

MCGEE, James; PRUSAK, Laurence. Gerenciamento Estratégico da Informação. 5ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

SIMCSIK, Tibor. Organização & Métodos, vol. I. São Paulo: Markon Books, 1992.

SIMCSIK, Tibor. Organização & Métodos, vol. II. São Paulo: Markon Books, 1992.

Denominação: Teoria Geral da Administração

Área de concentração: Administração Geral

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Desenvolver a compreensão da história da evolução das teorias da administração e suas contribuições para o atual estado da arte da Administração.

EMENTA:

Antecedentes históricos da administração; Principais contribuições teóricas e práticas para a formação do conhecimento administrativo e sua evolução ao estágio atual; Os fundamentos das Teorias de Administração; Administração Científica; Teorias Clássicas; Teorias Humanas; Teorias Neoclássicas; Teorias Contemporâneas; Novas perspectivas teóricas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

- ARAÚJO, Luis César G. de. Teoria Geral da Administração: Aplicação e Resultados nas Empresas Brasileiras. São Paulo: Atlas, 2004.
- CHIAVENATO, Idalberto. Introdução à Teoria Geral da Administração. 7ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
- CHIAVENATO, Idalberto. Teoria Geral da Administração - vol. I. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- CHIAVENATO, Idalberto. Teoria Geral da Administração - vol. II. Rio de Janeiro: Campus, 2002.
- KWASNICKA, Eunice Lacava. Teoria Geral da Administração. São Paulo: Atlas, 2004
- MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Teoria Geral da Administração: Da Revolução Urbana à Revolução Digital. São Paulo: Atlas, 2004
- MOTTA, Fernando C. P. Teoria das Organizações - Evolução e Crítica. São Paulo: Thomson Learning, 2001.
- MOTTA, Fernando C. P.; VASCONCELOS, Isabella F. Gouveia. Teoria Geral da Administração. São Paulo: Thomson, 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

- CORRÊA, Henrique Luiz. Teoria Geral da Administração: Abordagem Histórica da Gestão de Produção e Operações. São Paulo: Atlas, 2003.
- FAYOL, Henry. Administração Industrial e Geral: previsão, organização, comando, coordenação, controle. São Paulo: Atlas, 1990
- MAXIMIANO, Antonio César Amaru, Introdução à Administração. São Paulo: Atlas, 2004.
- TAYLOR, Frederick W. Princípios de Administração Científica. São Paulo: Atlas, 1984.

9.2.2 Bloco de Formação Profissional Avançada

Administração de Materiais	Gestão da Qualidade
Administração de Projetos	Logística
Administração Financeira II	Marketing II
Análise de Investimentos	Seminário de atualização
Empreendedorismo	Tecnologia e Sistemas de Informação
Estratégia Organizacional	Teoria dos Jogos

Denominação: Administração de Materiais

Área de concentração: Administração da Produção e Operações

Carga Horária: 60h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Desenvolver conhecimento e habilidades básicas referentes à Gestão de materiais.

EMENTA:

Introdução à administração de materiais; Armazenamento de materiais; Administração de compras; Codificação de materiais; Fundamentos de administração de estoques; Demanda dependente: lotes econômicos de compra e de fabricação; Sistemas de pedidos de demanda independente; Produção just in time.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

POZO, Hailton. Administração de Recursos Materiais e Patrimoniais: uma abordagem logística. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

ARNOLD, J. R. Tony. Administração de Materiais: Uma introdução. São Paulo: Atlas, 2000.

VIANA, João Viana. Administração de Materiais: um enfoque prático. São Paulo: Atlas, 2001.

DIAS, Marco Aurélio P. Administração de Materiais: uma abordagem logística. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 1993.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BALLOU, Ronaldo H. Logística Empresarial: transportes, administração de materiais, distribuição física. São Paulo: Atlas, 2004.

BALLOU, Ronaldo H. Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos/ Logística Empresarial. 5ª ed. Porto Alegre: Artmed-Bookman, 2006.

NOVAES, Antônio Galvão. Logística e Gerenciamento da Cadeia de Distribuição: estratégia, operação e avaliação. 2ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

CAIXETA-FILHO, José Vicente; MARTINS, Ricardo Silveira (orgs.). Gestão Logística de Transporte de Cargas. São Paulo: Atlas, 2001.

Denominação: Administração de Projetos

Área de concentração: Administração Financeira

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Desenvolver e Capacitar os alunos na elaboração de projetos com base nas exigências e rigores da qualidade e ambientais.

EMENTA:

Introdução à gerência de projetos: Organização e Administração, Processo e Sistema; Projeto e Atividade; O Ambiente do Projeto; A Organização; Os Agentes: Gerentes e sua equipe, Motivação e Administração de conflitos; O Planejamento: conceitos básicos, objetivos e metas, escopo do projeto, Processo de Software; A Execução: Abordagens para o ciclo de desenvolvimento; O Controle: Subsistemas, controle gerencial, Pert/COM; Gestões Específicas: A Gestão da Qualidade: Qualidade da Organização, do Processo e do Produto, Normas ISO e ABNT, Modelo CMM e métricas de qualidade do produto; Fase de Encerramento: Aceitação pelo cliente, avaliação interna, desmobilização, prestação de contas, dissolução da equipe.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

HAVARD BUSINESS REVIEW. Gestão e Implementação de Projetos. São Paulo: Campus, 2005.

MAXIMIANO, Antonio César Amaru. Administração de Projetos: Transformando idéias em resultados. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2003

COHEN, Dennis J. e GRAHAM, Robert J. Gestão de Projetos – MBA Executivo: Nomo transformar projetos em negócios de sucesso. São Paulo: Campus, 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

MENEZES, Luis César de Moura. Gestão de Projetos. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LEWIS, James P. Como Gerenciar Projetos com Eficácia. São Paulo: Campus, 2005.

Denominação: Administração Financeira II

Área de concentração: Administração Financeira

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Capacitar o aluno na utilização de teorias e procedimentos necessários para a elaboração de peças orçamentárias empresariais, com o intuito de fornecer informações imprescindíveis no processo decisório organizacional.

EMENTA:

Introdução ao orçamento empresarial. Orçamento de vendas. Orçamento de produção. Orçamento de matérias-primas. Orçamento de Mão-de-Obra. Orçamento de despesas

prediais. Orçamento de custos diretos de fabricação. Orçamento de custos indiretos de fabricação. Orçamento de caixa. Balanço Patrimonial e Demonstração do Resultado do Exercício Projetado.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

MOREIRA, José Carlos. Orçamento Empresarial: manual de elaboração. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

SOBANSKI, Jaert. Prática de Orçamento Empresarial: um exercício programado. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 1994.

FREZATTI, Fábio. Orçamento Empresarial: planejamento e controle gerencial. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2007.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BOMFIM, Eunir de Amorim. Orçamento Empresarial: como elaborar e analisar. São Paulo: IOB, 2003.

DAMODARAN, Aswath. A Face Oculta da Avaliação. São Paulo: Makron Books, 2002.

DAMODARAN, Aswath. Finanças Corporativas Aplicadas: Manual do Usuário. Porto Alegre: Bookman, 2002.

FERREIRA, Roberto G. Matemática Financeira Aplicada ao Mercado de Capitais. Recife: Universitária UFPE, 1995.

GITMAN, Lawrence J. Princípios de Administração Financeira. 7ª ed. São Paulo: Harbra, 2002.

GITMAN, Lawrence J.; MADURA, Jeff. Administração Financeira: Uma Abordagem Gerencial. São Paulo: Pearson, 2003.

LEMES JUNIO, Antonio Barbosa et al. Administração Financeira: princípios, fundamentos e práticas brasileiras. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

LUNKES, Rogério João. Manual de Orçamento. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MATIAS, Washington Franco. Matemática Financeira. 1 vol. São Paulo [?].

SANTOS, Edno Oliveira dos. Administração Financeira da Pequena e Média Empresa. São Paulo: Atlas, 2001.

SHINODA, Carlos. Matemática Financeira para Usuários do Excel. São Paulo: Atlas, 1998.

WELSH, Glenn A. Orçamento empresarial. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 1983.

WESTON, J. Fred; BRIGHAM, Eugene F. Fundamentos da Administração Financeira. 10ª ed. São Paulo: Pearson Marron Books, 2000.

Denominação: Análise de Investimentos

Área de concentração: Administração Financeira

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Desenvolver o conhecimento e a capacidade de utilização de teorias e procedimentos necessários para o gerenciamento de investimentos e financiamentos de longo prazo existentes nas políticas organizacionais de crescimento.

EMENTA:

Introdução ao Orçamento de Capital. Elaboração do Orçamento de Capital. Técnicas de avaliação de Orçamento de Capital. Custo de Capital. Elaboração da Estrutura de Capital. Alavancagem. Leasing. Decisões entre arrendamento e financiamento.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

CASAROTTO FILHO, Nelson. Análise de Investimentos: matemática financeira, engenharia econômica, tomada de decisão, estratégia empresarial. 9ª ed. São Paulo: Atlas, 2000.

GITMAN, Lawrence J. Princípios de Administração Financeira. 7ª ed. São Paulo: Harbra, 2002.

WESTON, J. Fred; BRIGHAM, Eugene F. Fundamentos da Administração Financeira. 10ª ed. São Paulo: Makron Books, 2000.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BALARINE, Oscar Fernando Osório. Tópicos de Matemática Financeira e Engenharia Econômica. 2ª ed. ver. e ampl. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.

BRANCO, Anísio Costa Castelo. Matemática Financeira Aplicada: método algébrico, HP-12C, Microsoft EXCEL®. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

EHRlich, Pierre Jacques e MORAES, Edmilson Alves. Engenharia Econômica: avaliação e seleção de projetos de investimento. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2005.

FERREIRA, Roberto G. Matemática Financeira Aplicada: Mercado de capitais, administração financeira, engenharia econômica. 5ª ed. Recife: Universitária UFPE, 2000.

HIRSCHFELD, Henrique. Engenharia Econômica e Análise de Custos: aplicações práticas para economistas, engenheiros, analistas de investimentos e administradores. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2000.

KUHNEN, Osmar Leonardo. Matemática Financeira Aplicada e Análise de Investimento. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.

LAPPONI, Juan Carlos. Modelagem Financeira com Excel. Rio de Janeiro: Campus, 2004.

LAPPONI, Juan Carlos. Projetos de Investimentos: construção e avaliação do fluxo de caixa – Modelos em Excel. Rio de Janeiro: Campus, [?].

MARCONDES, Oswaldo. Matemática Financeira. 6ª ed. São Paulo: Ática, 1992.

MATIAS, Washington Franco.; GOMES, José Maria. Matemática Financeira. 2ª ed.

São Paulo: Atlas, 1993.

MINARDI, Andréa M. A. F. Teoria de Opções Aplicada a Projetos de Investimento. São Paulo: Atlas, 2004.

PUCCINI, Abelardo de Lima. Matemática Financeira; Objetiva e Aplicada. 6ª ed. São Paulo: Saraiva, 1999.

SHINODA, Carlos. Matemática Financeira: Para Usuários do Excel. São Paulo: Atlas, 1998.

SOUZA, Alceu e CLEMENTE, Ademir. Decisões Financeiras e Análise de Investimentos: fundamentos, técnicas e aplicações. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

SOUZA, Alceu. Decisões financeiras e análise de investimentos: fundamentos, técnicas e aplicações. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

São Paulo: Atlas, 1999.

Denominação: Empreendedorismo

Área de concentração: Gestão de Pessoas

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Apresentar os princípios e teorias que permitam desenvolver a compreensão e a habilidade dos processos empreendedores básicos envolvidos e influentes na administração.

EMENTA:

Conceito e importância; Perfil empreendedor; Estudo dos mecanismos e procedimentos para criação de empresas; Postura empreendedora; Sistemas de gerenciamento, técnicas de negociação; Identificando oportunidade de negócio; Compreensão de mercado; Plano de Negócio: considerações e estrutura; Qualidade e competitividade.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BERNARDI, Luiz Antonio. Manual de Empreendedorismo e Gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas. São Paulo: Atlas, 2003.

DOLABELA, Fernando. Empreendedorismo: uma forma de ser. Brasília: AED, 2003.

_____. Empreendedorismo: a viagem do sonho. Brasília: AED, 2002.

_____. Oficina do Empreendedor. São Paulo: Cultura, 2000.

_____. O Segredo de Luísa. São Paulo: Cultura, 1999.

BERNARDI, Luiz Antonio, Manual de Empreendedorismo e Gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas. São Paulo: Atlas, 2003.

DORNELAS, José Carlos Assis, Empreendedorismo Corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas. Rio de Janeiro:

Elsevier, 2003.

FILLION, Louis Jacques. Um Roteiro para Desenvolver o Empreendedorismo. Recife: FIEP/IEL, 2003.

ROSSETTI, José Paschoal; ANDRADE, Adriana, Governança Corporativa: Fundamentos, Desenvolvimento e Tendências. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

SEIFFERT, Peter Quadros, Empreendendo Novos Negócios em Corporações: Estratégias, Processo e Melhores Práticas. São Paulo: Atlas, 2005.

WOOD JR, Thomaz. Gestão Empresarial: Comportamento Organizacional. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

DOLABELA, Fernando. Oficina do Empreendedor. São Paulo: Cultura, 1999.

_____. Pedagogia Empreendedora. São Paulo: Cultura, 2003.

_____. A vez do Sonho. São Paulo: Cultura, 2000.

Denominação: Estratégia Organizacional

Área de concentração: Estratégia

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Desenvolver o conhecimento dos conceitos e princípios estado da arte dos estudos da estratégia organizacional; Desenvolver a visão estratégica e a habilidade da gestão estratégica; Desenvolver a habilidade de elaborar e analisar um planejamento estratégico básico.

EMENTA:

Definições de estratégia; As diversas perspectivas da estratégia; Perspectivas de Organização Industrial (O/I) e da Visão Baseada em Recursos; Modelos de planejamento estratégico; Modelo de análise SWOT; Análise macro-ambiental; Análise de indústrias (I/O); Análise de concorrência; Análise interna; Cadeia de valor (I/O); Recursos, capacidades e competências essenciais (RBV); Vantagem competitiva sustentável; Estratégias corporativas, empresariais e funcionais; Estratégias internacionais; Implementação de estratégia.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

HITT, Michael A, IRELAND, R. Duane e HOSKISSON, Robert E. Administração estratégica. São Paulo: Thomson, 2002.

WRIGHT, Peter; KROLL, Mark J.; PARNELL, John, Administração Estratégica: Conceitos. São Paulo: Atlas, 2000.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

- CHANDLER, Alfred. Introdução a Strategy and Structure, em McGraw (org.), Ensaios para uma Teoria Histórica da Grande Empresa. Rio de Janeiro: Getúlio Vargas, 1998.
- FISCHMANN, A. A.; ISNARD, M. O Planejamento Estratégico na Prática. São Paulo: Atlas, 1982.
- GAJ, Luis. Administração Estratégica. São Paulo: Ática, 1987.
- KAY, John, Fundamentos do Sucesso Empresarial. Rio de Janeiro: Campus, 1996.
- MINTZBERG, Henry; LAMPEL, J.; QUINN, B & GHOSHAL, Sumantra. O Processo da Estratégia. 4ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.
- MONTGOMERY, C.; PORTER, M. Estratégia A Busca da Vantagem Competitiva. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
- OLIVEIRA, Djalma P. R. Planejamento Estratégico - Conceitos, Metodologia e Práticas. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 1993.
- PORTER, Michael E. Como as Forças Competitivas Moldam a Estratégia, em Montgomery e Porter, Estratégia A Busca da Vantagem Competitiva. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
- PORTER, Michael E. Estratégia Competitiva Técnicas para Análise de Indústrias e da Concorrência. Rio de Janeiro: Campus, 1986.
- PORTER, Michael E. O que é estratégia?, em Porter, Competição Estratégias Competitivas Essenciais. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- PORTER, Michael E. A Vantagem Competitiva das Nações. Rio de Janeiro: Campus, 1992.
- PORTER, Michael E. Vantagem Competitiva Criando e Sustentando um Desempenho Superior. Rio de Janeiro: Campus, 1989.
- VIEIRA, Marcelo Milano Falcão; OLIVEIRA, Vieira e Lúcia Maria Barbosa de. (orgs.) Administração Contemporânea: Perspectivas Estratégicas. São Paulo: Atlas, 1999.

Denominação: Gestão da Qualidade

Área de concentração: Administração da Produção e Operações

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Desenvolver conhecimento e habilidades básicas referentes à Gestão da Qualidade na gestão de produção e operações, e suas aplicações em administração.

EMENTA:

Conceito de qualidade; Qualidade em produtos; Qualidade em serviços; Evolução das séries ISO; Gestão da qualidade total; O ciclo PDCA; Os círculos de controle de qualidade; A fundação pelo prêmio nacional da qualidade.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

PALADINI, Edson Pacheco. Gestão da Qualidade. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.
GIL, Antonio de Loureiro. Gestão da Qualidade Empresarial. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.
MELLO, Carlos Henrique Pereira; SILVA, Carlos Eduardo Sanches; TURRONI, João Batista e SOUZA. ISO 9001: 2000. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 2003.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

SCARE, Roberto Fava; ZYLBERSZTAJN, Décio. Gestão da Qualidade no Agribusiness. São Paulo: Atlas, 2000.

Denominação: Logística

Área de concentração: Administração da Produção e Operações

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Desenvolver conhecimento e habilidades básicas referentes à gestão de operações logísticas e suas aplicações em administração.

EMENTA:

Introdução à logística; Da logística ao Supply Chain Management; Os desafios do comércio eletrônico; Canais de distribuição; Logística de suprimento e de distribuição; Gestão da Cadeia de Suprimentos; Princípios do custeio logístico: custeio tradicional e custeio baseado em atividades (custeio ABC); Transporte em logística; Modais de transporte; Influência do transporte na cadeia de suprimentos; Distribuição física e roteirização de veículos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BALLOU, Ronaldo H. Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos/ Logística Empresarial. 5ª ed. Porto Alegre: Artmed-Bookman, 2006.
BOWERSOX; CLOSS; COOPER. Gestão Logística de Cadeias de Suprimentos. Porto Alegre: Bookman, 2006
SIMCHI-LEVI, David; KAMINSKY, Philip & SIMCHI-LEVI, Edith Cadeia de Suprimentos: Projeto e gestão - Conceitos, estratégias e estudo de casos. Porto Alegre: Bookman, 2003.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BALLOU, Ronaldo H. Logística empresarial: transportes, administração de materiais, distribuição física. São Paulo: Atlas, 2004.

CAIXETA-FILHO, José Vicente; Martins, Ricardo Silveira (orgs.). Gestão logística de transporte de cargas. São Paulo: Atlas, 2001.

CHRISTOPHER, Martin. A Logística do Marketing. São Paulo: Futura, 1999.

FLEURY, Fernando; WANKE, Peter; FIGUEIREDO, Kleber Fossati. Logística Empresarial: a perspectiva brasileira. Col. COPPEAD de Administração. São Paulo: Atlas, 2000.

GURGEL, Floriano do Amaral. Logística Industrial. São Paulo: Atlas, 2000.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Introdução à Administração. São Paulo: Atlas, 2004

NOVAES, Antônio Galvão. Logística e Gerenciamento da cadeia de distribuição: estratégia, operação e avaliação. 2ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

ROBBINS, Stephen P. Administração: Mudanças e Perspectivas. São Paulo: Saraiva, 2000.

Denominação: Marketing II

Área de concentração: Administração Mercadológica

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Aprofundar os conhecimentos do alunado sobre o arcabouço teórico fundamental da disciplina do marketing; Desenvolver uma visão holística do planejamento estratégico de marketing; Aprofundar a habilidade de produzir diagnósticos organizacionais; Aprofundar a capacidade de identificar oportunidades e ameaças no mercado; Desenvolver a capacidade analítica e o raciocínio crítico; Desenvolver a criatividade e o espírito empreendedor; Desenvolver a habilidade de trabalhar em equipe.

EMENTA:

Planejamento estratégico de mercado; Desenvolvimento do plano de marketing; Análise ambiental; Análise SWOT; Missões, metas e objetivos de Marketing; Decisões estratégicas de marketing; Seleção e desenvolvimento da estratégia de marketing; Implementação de marketing; Avaliação e controle das atividades de marketing; Ética em Marketing.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

FERRELL, O. C.; HARTLINE, M. D.; Estratégia de Marketing. 3ª ed. São Paulo: Thomson, 2005.

HOOLEY, Graham J.; SAUNDERS, John A.; PIERCY, Nigel F. Estratégia de Marketing e Posicionamento Competitivo. 3ª ed. São Paulo: Pearson, 2005.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. Administração de Marketing. 12ª ed. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

MCDONALD, Malcolm H. B. Planos de Marketing. São Paulo: Campus, 2004.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

DAY, George. A Empresa Orientada para o Mercado. Porto Alegre: Bookman, 2001.

IORE, Frank. E-Marketing Estratégico. São Paulo: Makron, 2001.

GRACIOSO, Francisco. Marketing Estratégico. São Paulo: Atlas, 2001.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Plano de Marketing para Micro e Pequena Empresa. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

SANTIAGO, Antonio C. Queiroz; PARLATORE, Carlos R. Lago; CAMALIONTE, Edilberto. Marketing Estratégico - Abordagem em Marketing, Gestão Competitiva e Planejamento Estratégico. São Paulo: DVS, 2004.

WESTWOOD, John. Como Preparar um Plano de Marketing. 6ª ed. São Paulo: Clio, 2002.

Denominação: Seminário de Atualização

Área de Concentração: não aplicável

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04 Créditos - Prática: 00 Créditos - Teórico: 04

OBJETIVO:

Atualizar os saberes por meio de uma disciplina que permita

EMENTA:

Assuntos contemporâneos relacionados à Administração.

Denominação: Tecnologia e Sistemas de Informação

Área de concentração: Organizações

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04 Créditos - Prática: 00 Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Apresentar os fundamentos de tecnologias e sistemas de informação e suas aplicações em administração, de maneira tanto teórica quanto prática, construindo competências em utilizá-las para apoiar as atividades do administrador.

EMENTA:

Princípios de tecnologia de informação; Software Livre; Sistemas de Informação; Infra-Estrutura da Tecnologia de Informação; Administração dos Recursos de Hardware e Software; Telecomunicações e Redes; Sistemas de Suporte Gerencial e Organizacional; Apoio ao Processo de Decisão; Segurança e Controle em Sistemas de Informação; Avaliação de sistemas; Questões Éticas e Sociais; Técnicas e uso de softwares de apoio às atividades administrativas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

LAUDON, Kenneth C.; LAUDON, Jane Price. Sistema de Informação Gerencial. 5ª ed. São Paulo: Pearson, 2004.

LAUDON, Kenneth C.; LAUDON, Jane Price. Sistema de Informação. 4ª ed. Rio de Janeiro: Ltc, 2001.

MCGEE, James; PRUSAK, Laurence. Gerenciamento estratégico da informação. 5ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

CRUZ, Tadeu. Sistemas de Informações Gerenciais. São Paulo: Atlas, 2003.

LAUDON, Kenneth C.; LAUDON, Jane Price. Sistema de Informação. 4ª ed. Rio de Janeiro: Ltc, 2001.

MARTIN, James. Engenharia de Informação: Introdução. Rio de Janeiro: Campus, 1991.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Sistemas de Informações Gerenciais: Estratégicas, Táticas e Operacionais. São Paulo: Atlas, 2004.

REZENDE, Denis Alcides. Sistemas de Informações Organizacionais - Guia Prático para Projetos em Cursos de Administração, Contabilidade, Informática. São Paulo: Atlas, 2005.

SPRAGUE Jr. Ralph H. e WATSON, Hugh J. Sistema de Apoio à Decisão. Rio de Janeiro: Campus, 1991.

TURBAN, Efraim; RAINER, R. Kelly Jr. POTTER, Richard E. Administração de Tecnologia da Informação, 3ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

Denominação: Teoria dos Jogos

Área de concentração: Estratégia

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Apresentar de maneira teórica e aplicada os fundamentos da Teoria dos Jogos como perspectiva de análise de questões econômicas, sociais, políticas e estratégicas; Desenvolver a capacidade de aplicação e análise crítica a partir das perspectivas desta teoria.

EMENTA:

Conceitos fundamentais; Racionalidade e irracionalidade na tomada de decisão; Modelagem de jogos; Equilíbrios; Jogos simultâneos, finitos e infinitos; Reputação e Credibilidade; Competição e cooperação, Estratégia de negócios aplicando conceitos da teoria.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

FIANI, Ronaldo. Teoria dos Jogos. 2ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2006.

FUNDENBERG, Drew; TIROLE, Jean. Game Theory. Cambridge: MIT Press, 1991.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

AXELROD, Robert (1981). The Emergence of Cooperation among Egoists. American Political Science Review 75: 306-318.

BERNI, Duilio de Ávila. Teoria dos Jogos: Jogos de Estratégia: Estratégia Decisória: Teoria. São Paulo: REICHMANN & AFFONSO, 2004.

FIANI, Ronaldo. Teoria dos Jogos Para Cursos de Administração e Economia. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

FUNDENBERG, Drew; LEVINE, David K. The Theory of Learning in Games, Cambridge: MIT Press, 1998.

HANSEN, Lars Peter; SARGENT, Thomas J. 'Certainty Equivalence' and 'Model Uncertainty', mimeo Department of Economics, University of Chicago, apresentado em conferência do Federal Reserve Board em 26 e 27 de março, 2004.

HITT, Michael A, IRELAND, R. Duane e HOSKISSON, Robert E. Administração estratégica. São Paulo: ed. Thomson, 2002.

KREPS, David; WILSON, Robert. Reputation and Imperfect Information, Journal of Economic Theory 27: 253-279, 1982.

MAYNARD Smith, John, Evolution and the Theory of Games, Cambridge: Cambridge University Press, 1982.

MCCAIN, Roger. Game Theory: A Non-Technical Introduction to the Analysis of Strategy, 1st Edition. [?]: Thomson Learning, 2004.

NALEBUFF, Barry J.; BRANDENBURGER, Adam M. Co-operação. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

NASH, John. Non-Cooperative Games. 1950. Dissertação de Doutorado. Disponível em: <http://www.princeton.edu/mudd/news/faq/topics/Non-Cooperative_Games_Nash.pdf>.

SAMUELSON, Larry, Evolutionary Games and Equilibrium Selection, Cambridge: MIT Press, 1998.

SAUAIA, Antonio C. A. Satisfação e aprendizagem em jogos de empresas: contribuições para a Educação Gerencial. 1995. 273 f. Tese (Doutorado em Administração). Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo: São Paulo: 1995.

VASCONCELOS, Flávio C.; CYRINO, Álvaro B. Vantagem competitiva: os modelos teóricos atuais e a convergência entre estratégia e teoria organizacional. Revista de Administração de Empresas – RAE, São Paulo: v. 40, n. 4, p. 20-37, out./dez. 2000.

WRIGHT, Peter; KROLL, Mark J.; PARNELL, John, Administração Estratégica: Conceitos. São Paulo: Atlas, 2000.

9.3 Disciplinas do Ciclo de Eletivas:

Denominação: Eletivas

Tipo: Ciclo de Eletivas

Carga Horária: Não Aplicável

Créditos - Total: N/A Créditos - Prática: N/A Créditos - Teórico: N/A

OBJETIVOS:

EMENTA:

Disciplinas que visam proporcionar aos discentes possibilidades de formação multidisciplinar à sua escolha, dentre as diversas áreas de conhecimento oferecidas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

Não Aplicável

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

Não Aplicável

9.4 Disciplinas de Tópicos Especiais

Administração da Produção e Operações Agroindustriais	Gestão por Competências
Administração Pública	Gestão Turística e Planejamento Sustentável
Agenda Internacional do Brasil	International Hotel Management
Análise do Cenário Internacional	Logística Agroindustrial
Análise Estrutural do Turismo	Marketing Agroindustrial
Antropologia do Consumo	Marketing de Relacionamento
Comportamento do Consumidor	Marketing de Serviços
Contabilidade Pública	Marketing de Varejo
Cooperativismo e Agronegócio	Marketing Esportivo
Economia dos Sistemas de Produção Agroindustrial	Marketing Internacional
Economia e Política Rural	Marketing na Internet
Economia Internacional	Marketing Social
Ecoturismo	Marketing Turístico
Estudos Aplicados de Teoria dos Jogos	Pesquisa Mercadológica
Evento Gastronômico	Planejamento Estratégico
Gestão Agroindustrial	Projetos em Agronegócio
Gestão da Comunicação Integrada de Marketing	Turismo Cultural e Histórico
Gestão da Qualidade Aplicada ao Agronegócio	Turismo Rural
Gestão de Marcas (Branding)	Gestão de Serviços Hospitalares

Denominação: Administração da Produção e Operações Agroindustriais

Área de concentração: Agronegócio

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Recapitulando os conceitos generalistas da administração da produção e operações, desenvolver de maneira aplicada o conhecimento da gestão de produção e operações aplicadas ao agronegócio.

EMENTA:

Fundamentos de produção; Planejamento e controle da produção; Tipologia dos sistemas de produção; Enquadramento dos empreendimentos agroindustriais na tipologia dos sistemas de produção; Planejamento no empreendimento rural; Planejamento na agroindústria; Planejamento na comercialização; Fundamentos de Sistemas de custos; Procedimento básico; Custeio baseado em atividades; Tipos e conceitos de custos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BATALHA, Mario Otavio (org.). Gestão Agroindustrial. Vol. 1. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.

BATALHA, Mario Otavio (org.). Gestão Agroindustrial. Vol. 2. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.

CAIXETA-FILHO, José Vicente. Pesquisa Operacional: Técnicas de Otimização aplicadas a sistemas agroindustriais. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

CAIXETA-FILHO, José Vicente; GAMEIRO, Augusto Hauber. Transporte e Logística em Sistemas Agroindustriais. São Paulo: 2001.

SANTOS, Gilberto José dos; SEGATTI, Sonia. Administração de Custos na Agropecuária. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

ZYLBERSZTAJN, Décio; NEVES, Marcos Fava (org). Economia e Gestão dos Negócios Agroalimentares. São Paulo: Thomson Learning, 2000.

Denominação: Administração Pública

Área de concentração: Administração Pública

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Contextualizar a evolução da administração pública na sociedade contemporânea,

capacitando profissionais e pesquisadores para assessorar na formulação e avaliação global dos impactos das políticas públicas; . Desenvolver a capacidade de reflexão dentro de uma conjuntura de redefinição do papel do Estado, baseada em reformas administrativas, mudanças e parcerias envolvendo o Estado o Mercado e a Sociedade Civil.

EMENTA:

Fundamentos do Estado. Administração Pública no Brasil. O desmantelamento do Welfare State O Estado Desenvolvimentista brasileiro. Democracia no Brasil. Reforma do Estado. Impacto da Economia Global. A crise do Paradigma do Trabalho. A crise dos modelos organizacionais. Novas Formas de Gestão. Relações entre Estado, Mercado e Sociedade Civil. Desenvolvimento e capital social.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ABU-EL-HAJ, Jawdat. O debate em torno do capital social: uma revisão crítica. Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais (BIB), Rio de Janeiro, n. 47, I semestre de 1999.

BRESSER PEREIRA, Luís Carlos. Da Administração Pública Burocrática à Gerencial. Revista do Serviço Público, ano 47, vol. 120, n. 1, Brasília: ENAP, janeiro/abril de 1996a.

_____. Crise Econômica e reforma do Estado no Brasil. Para uma nova interpretação da América Latina. São Paulo: Editora 34, 1996b.

DEMO, Pedro. Exclusão social - categorias novas para realidades velhas. Ser Social. Brasília: UnB, n. 6, 1998.

FORJAZ, Maria Cecília Spina. Globalização e crise do estado nacional. São Paulo. Revista de Administração de Empresas, v. 40, n. 2, abr. /jn. , 2000

GIDDENS, Anthony. Conseqüências da modernidade. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1991.

KLIKSBERG, Bernardo (org). Pobreza, uma questão Inadiável. Brasília: ENAP, 1994, p. 127-146.

MARTINS, Luciano. Estado capitalista e burocracia no Brasil pós 64. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985.

MISOCZKY, Maria Ceci Araújo. Desempenho e qualidades no campo das organizações públicas. Rio de Janeiro: EBAPE/FGV, 2001.

NOGUEIRA. Marco Aurélio. As possibilidades da política: idéias para a reforma democrática do Estado. São Paulo: Paz e Terra, 1998.

O'DONNEL, Guillermo & REIS, Fábio Wanderley. A democracia no Brasil: dilemas e perspectivas. São Paulo: Vértice, 1988.

PUTNAM, Robert. Comunidade e Democracia: a experiência da Itália Moderna. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1996.

SANTOS, Boaventura S. *Pelas mãos de Alice*. São Paulo: Cortez, 1996.

SINGER, Paul & SOUZA, André Ricardo de. *A economia solidária no Brasil: A autogestão como resposta ao desemprego*. São Paulo: Contexto, 2000.

SPINK, Peter. *Reforma administrativa, modelos e processos: uma outra administração para o desenvolvimento*. *Revista de Administração Pública*, I, Nov/Mai, 1992.

SPINK, P. Possibilidades técnicas e imperativos políticos em 70 anos de reforma administrativa. In BRESSER PEREIRA, L. C. & SPINK, P. (orgs.) *Reforma do Estado e administração pública gerencial*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1998.

TENDLER, Judith. *Bom governo nos trópicos - uma visão crítica*. Brasília, ENAP, 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

ALMEIDA, Maria Hermínia Tavares de. *Federalismo e Políticas Sociais*. In: AFFONSO, Rui de Brito A. e SILVA, Pedro Luiz de B. (orgs). *Descentralização e políticas sociais*. São Paulo: FUNDAP, 1996.

ARBEX JUNIOR, José. *Guerra fria: terror de Estado, política e cultura*. São Paulo: Moderna, 1997.

ARRETCHE, Marta & RODRIGUEZ, Vicente. *Descentralização das políticas sociais no Brasil*. São Paulo: Fundap, 2000.

BUARQUE, Cristovam. *Admirável mundo atual*. São Paulo: Geração Editorial, 2001.

Cadernos do Observatório. *A Educação Brasileira na Década de 90*. n. 2, outubro, 2000.

COLEMAN, James. *Foundations of Social Theory*. Cambridge: Harvard University Press, 1994.

COUTINHO, Carlos Nelson. *Cidadania e Modernidade*. *Perspectiva*, São Paulo, v. 22, n. 1, 1999, p. 41-60.

DEMO, Pedro. *Lógica e democracia da avaliação*. *Ensaio. Avaliação e Políticas Públicas em Educação*. v. 3, n. 8, p. 323-330, 1995.

DUPAS, Gilberto. *Economia global e exclusão social*. 3ª ed. , São Paulo: Paz e Terra, 2001.

FLEURY, Sonia. *Estado sem cidadãos*. Rio de Janeiro: Fio Cruz, 1994.

HELLER, Agnes & FEHÉR, Ferenc. *A condição política pós-moderna*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1998.

IANNI, Otávio. *A sociedade global*. 4ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.

JACOBI, Pedro. *Políticas sociais e ampliação da cidadania*. Rio de Janeiro: FGV, 2000.

PUTNAM, Robert. *Bowling Alone: America's Declining Social Capital*. *Journal of Democracy*, v. 6, n. 1, p. 65-78, 1995.

SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização*. São Paulo: Record, 2000.

SARAVIA, Enrique. *Descentralização: luto ou luta*. In: FISCHER, T. *Poder local: governo e cidadania*. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1993.

Denominação: Agenda Internacional do Brasil

Área de concentração: Comércio Exterior

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Desenvolver a capacidade de compreensão, debate e análise dos rumos e desafios da política exterior brasileira e sua inserção no cenário internacional contemporâneo.

EMENTA:

Avaliação das formas pelas qual o Brasil enfrenta os principais temas contemporâneos no mundo, entre eles: terrorismo, direitos humanos, meio ambiente, desarmamento nuclear, disputas comerciais na OMC, reforma do Conselho de Segurança da ONU entre outros.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

FUJITA, Edmundo. O Brasil e a Ásia no século XXI. Brasília: FUNAG/ IPRI, 2003.

MARKWALD, Ricardo. Obstáculos ao crescimento das exportações: sugestões para uma política comercial. Brasília: FUNAG/ IPRI, FUNCEX, 2003.

CUNHA, João Solano Carneiro da. A Questão de Timor-Leste: origens e evolução. Brasília: FUNAG/IRBr, 2001.

GUIMARÃES, Samuel Pinheiro (org.). Argentina – visões brasileiras. Brasília: FUNAG/ IPRI, 2000.

GUIMARÃES, Samuel Pinheiro (org.). Alemanha – visões brasileiras. Brasília: FUNAG/ IPRI, 2000.

CERVO, Amado Luiz. Relações Internacionais da América Latina - velhos e novos paradigmas. Brasília: FUNAG, 2001.

GUIMARÃES, Samuel Pinheiro e LLADÓS, José Maria (orgs.). Perspectivas Brasil e Argentina (2 vols.). Brasília: FUNAG/ IPRI, 2004.

DUPAS, Gilberto. Economia Global e Exclusão Social. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

THORSTENSEN, Vera. OMC: Organização Mundial do Comércio: as regras do comércio internacional e a nova rodada de negociações multilaterais. 2ª ed. São Paulo: Aduaneiras, 2001.

SARAIVA, José Flávio S. O lugar da África: a dimensão atlântica da política exterior do Brasil. Brasília, EDUNB, 1996.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

Periódicos especializados tais como Contexto Internacional, Foreign Affairs, Le Monde Diplomatique, The Economist, Revista do IPRI entre outros dedicados à política exterior brasileira e mundial.

Denominação: Análise do Cenário Internacional

Área de concentração: Comércio Exterior

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Desenvolver a capacidade de compreensão, contextualização, debate e análise dos acontecimentos que configuraram o cenário internacional, enfocando seus aspectos políticos, econômicos e sociais, aguçando o senso internacional do aluno.

EMENTA:

Análise das características e tendências da ordem internacional pós-Segunda Guerra; dinâmica e evolução do sistema internacional; atores e regiões; atuação das grandes potências; mercados emergentes.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ARRIGHI, G. O Longo Século XX. Rio de Janeiro: Contraponto, 1994.

KENNEDY, P. Ascensão e Queda das Grandes Potências. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

HOBBSBAWN, Eric. A Era dos Extremos. São Paulo: Cia. das Letras, 1995.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

Periódicos especializados tais como: Contexto Internacional, Foreign Affairs, Le Monde Diplomatique, The Economist, Revista do IPRI entre outros dedicados à política exterior brasileira e mundial.

Denominação: Análise Estrutural do Turismo

Área de concentração: Turismo e Hotelaria

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Desenvolver o saber da Gestão e da Análise Estrutural Turística.

EMENTA:

Conceituação e definições de Sistema Aplicado ao Turismo; Conjunto das relações ambientais; Subsistemas: ecológico, econômico, social e cultural; Subsistemas da superestrutura e infra-estrutura; Mercado de turismo; Noções de oferta em turismo; Dinâmica da distribuição; Agências de Turismo; Empresa hoteleira; Empresas de transporte; Noção de Demanda em turismo; Consumo e o processo de decisão em turismo; Consumo e processo de decisão de compra; Visita de campo ou técnicas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BENI, Mario C. Análise estrutural do turismo. 9ª ed. São Paulo: Senac, 2003.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

COOPER, Chris; FLETCHER, John. Turismo princípios e prática. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

LICKORISH, Leonard J.; JENKINS, Carson J. Introdução ao turismo. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

Denominação: Antropologia do Consumo

Área de concentração: Administração Mercadológica

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Entender os fundamentos do Consumo como fenômeno cultural e coletivo; Compreender a formação e atuação da diversidade de significados dos bens em meio às práticas e hábitos de consumo; Compreender as atitudes e representações do consumidor em face às diferentes modalidades de consumo; Compreender o consumo como fenômeno delineador de identidades individuais e coletivas.

EMENTA:

O campo da antropologia do consumo; A cultura e a construção do imaginário do consumo; Consumo, representações e trocas simbólicas; Publicidade, mídia e consumo moderno; O processo de socialização para o consumo; Consumo e identidade; O consumo como sistema de classificação cultural; Estudos de imagem, práticas e espaços do consumo; Consumo e cultura brasileira.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ANDRE, Maristela Guimarães. Consumo e Identidade. São Paulo: DVS, 2007.

BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin. Cultura, Consumo e Identidade. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

BAUDRILLARD, Jean. A Sociedade de Consumo. Lisboa: Edições 70, 2000.

BAUDRILLARD, Jean. O Sistema dos Objetos. São Paulo: Perspectiva, 2000.

CAMPBELL, Colin. Ética romântica e o espírito do consumismo moderno. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. O mundo dos bens: antropologia do consumo. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.

FALK, P.; CAMPBELL, C. The shopping experience. London: Sage, 1997.

- LABURTHE-TOLRA, Philippe, WARNIER, Jean-Pierre. *Etnologia-Antropologia*. Petrópolis: Vozes, 1997. Produção social e consumo de objetos.
- LEITAO, Debora Krischke; LIMA, Diana Nogueira de Oliveira; MACHADO, Rosana Pinheiro. *Cultura e Consumo: Diálogos entre Brasil e Argentina*. Porto Alegre: AGE, 2006.
- MCCRACKEN, Grant. *Cultura e consumo: Novas abordagens ao caráter simbólicos dos bens e atividades de consumo*. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.
- MILLER, Daniel. *Teoria das Compras*. São Paulo: Nobel, 2002.
- RANDAZZO, Sal. *A Criação de Mitos na Publicidade*. São Paulo: Rocco. 1997.
- ROCHA, Everardo. *Magia e Capitalismo*. São Paulo: Brasiliense. 1995.
- ROCHA, Everardo. *Representações do Consumo: Estudos sobre a Narrativa Publicitária*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.
- ROCHE, Daniel: *História das Coisas Banais: nascimento do consumo nos séculos XVII – XIX*. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.
- SAHLINS, Marshall. *Cultura e razão prática*. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.
- SEVERIANO, Maria de Fátima Vieira; ESTRAMIANA, Jose Luis Álvaro. *Consumo, Narcisismo e Identidades Contemporâneas*. Rio de Janeiro: UERJ, 2006.
- SLATER, Don. *Cultura do Consumo & Modernidade*. São Paulo: Nobel, 2002.
- VOLPI, Alexandre. *A História do Consumo no Brasil: do Mercantilismo à Era do Foco no Cliente*. São Paulo: Campus, 2007.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

- APPADURAI, Arjun. *The social life of things: commodities in cultural perspective*. Cambridge: University of Cambridge Press, 1986.
- BARBOSA, Livia. *Sociedade de Consumo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 2004.
- BENSON, A. *I shop, therefore I am: compulsive buying and the search for the self*. Northvale: Jason Aronson, 2000.
- BOURDIEU, Pierre. *A Economia das Trocas Simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2003.
- CHIAVENATO, Julio Jose. *Ética Globalizada e Sociedade de Consumo*. São Paulo: Moderna. 2004.
- DEBORD, Guy. *A Sociedade do Espetáculo*. São Paulo: Contraponto. 1997.
- FEATHERSTONE, M. *Cultura de consumo e pós-modernismo*. São Paulo: Nobel, 1995.
- GABLER, N. *Vida – O Filme: como o entretenimento conquistou a realidade*. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.
- GEERTZ, Clifford. *A interpretação das Culturas*. Rio de Janeiro: LTC, 1989.
- HACKLEY, Chris. *Marketing and Social Construction*. New York: Routledge, 2001.
- HERSCHMANN, Micael M.; FREIRE FILHO, João. *Comunicação, Cultura e Consumo*. São Paulo: E-papers. 2005.
- LINN, Susan. *Crianças do Consumo: A Infância Roubada*. São Paulo: Instituto Alana, 2006.
- LIPOVETSKY, G. *A Era do Vazio: ensaio sobre o individualismo contemporâneo*. Rio

de Janeiro: Manole, 2005.

LIPOVETSKY, G. O Império do efêmero. 2ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MARCONDES FILHO, C. A Linguagem da Sedução: a conquista das consciências pela fantasia. 3ª ed. São Paulo: Ática, 2001.

MAUSS, Marcel. Ensaio sobre a dádiva. Lisboa: Edições 70, 2001.

MILLER, Daniel. Acknowledging Consumption London: Routledge, 1995.

MILLER, Daniel. Material culture and mass consumption. Oxford: Basil Blackwell, 1987.

MILLER, Daniel. Material Cultures: Why Some Things Matter. Chicago: University of Chicago Press, 1998.

PIETROCOLLA, Luci Gati. Sociedade de Consumo. Rio de Janeiro: Global. 1986.

QUESSADA, D. O Poder da Publicidade na Sociedade Consumida pelas Marcas: Como a globalização impõe produtos, sonhos e ilusões. São Paulo; Futura, 2003.

RATNESHWAR, S.; MICK, David Glen; HUFFMAN, Cynthia. Why of Consumption. New York: Routledge, 2003.

ROCHA, Everardo. A Sociedade do Sonho. Rio de Janeiro: Mauad. 1995.

ROCHA, Everardo; ALMEIDA, Maria Isabel Mendes de; EUGENIO, Fernanda (Orgs.). Comunicação, consumo e espaço urbano: novas sensibilidades nas culturas jovens. Rio de Janeiro: Mauad. 2006.

TAVARES, Fred. Discurso Publicitário e Consumo: Uma Análise Crítica. São Paulo: E-papers. 2005.

UNDERHILL, Paco. A Magia dos Shoppings. São Paulo: Campus. 2004.

VEBLEN, Thorstein. A teoria da classe ociosa. São Paulo: Pioneira, 1965.

Denominação: Contabilidade Pública

Área de concentração: Administração Pública

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Desenvolver os conceitos de planejamento e orçamento público com base na forma da lei que norteia o Serviço Público.

EMENTA:

Organização política administrativa brasileira; Organização da Administração Pública; Introdução a Contabilidade Pública; Regimes contábeis; Orçamento público; Receita pública; Despesa pública; Resto a Pagar e Dívida Pública. Licitação. Patrimônio Público; Créditos Adicionais; Controle Externo na Administração Público; Lei de Responsabilidade Fiscal.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BRASIL. Lei nº 4320, DE 17-3-1964. 25ª ed. São Paulo: Atlas, 2003.

CRUZ, Flavio da; JÚNIOR, Adauto Viccari. Lei de responsabilidade Fiscal Comentada. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

CRUZ, Flavio. Auditoria Governamental. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

KOHAMA, Heilio. Contabilidade Pública. 9ª ed. São Paulo: Atlas, 2003.

SILVA, Lino Martins da. Contabilidade Governamental. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

Denominação: Comportamento do Consumidor

Área de concentração: Administração Mercadológica

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Compreender as características e razões dos diferentes padrões de consumo; Compreender como as atividades de marketing podem influenciar as decisões de consumo; Compreender os papéis desempenhados pelos indivíduos, pelas instituições e pelo ambiente na aquisição, utilização e descarte dos produtos; Desenvolver a capacidade analítica e o raciocínio crítico.

EMENTA:

Introdução ao comportamento do consumidor; Comportamento do consumidor e a gerência de marketing; Processamento de informação; Motivação do consumidor; Personalidade e análise psicográfica; Formação e mudança de crença, atitude e comportamento; Comunicação persuasiva; Processos de decisão do consumidor; Satisfação e lealdade do consumidor; Influências situacionais; Processos de grupo, pares e difusão; Subculturas e demografia; O consumidor internacional; A face obscura do comportamento do consumidor.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BLACKWELL, Roger D.; MINIARD, Paul; ENGEL, James F. Comportamento do Consumidor. 9ª ed. São Paulo: Thomson, 2004.

MOWEN, John C.; MINOR, Michael S. Comportamento do Consumidor. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

SCHIFFMAN, Leon G.; KANUK, Leslie Lazar. Comportamento do Consumidor. 6ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

SHETH, Jagdish; MITTAL, Banwari; NEWMAN, Bruce I. Comportamento do Cliente: Indo Além do Comportamento do Consumidor. São Paulo: Atlas, 2001.

SOLOMON, Michael. Comportamento do Consumidor: Comprando, Possuindo e

Sendo. 5ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BENSON, A. I shop, therefore I am: compulsive buying and the search for the self. Northvale: Jason Aronson, 2000.

GIGLIO, Ernesto M. O Comportamento do Consumidor. 2ª ed. São Paulo: Pioneira, 2004.

SCHWERINER, Mario Ernesto René. Comportamento do consumidor: identificando necejos e supérfluos essenciais. São Paulo: Saraiva, 2006.

ZALTMAN, Gerald. Afinal, o que os clientes querem? São Paulo: Campus. 2003.

Denominação: Cooperativismo e agronegócio

Área de concentração: Agronegócio

Carga Horária: 30 h/a

Créditos - Total: 02

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 02

OBJETIVO:

Proporcionar o conhecimento sobre as organizações cooperativas de modo geral e no Brasil, e sobre a importância e os problemas das cooperativas agrícolas da região, em particular.

EMENTA:

Histórico e doutrina cooperativista. Constituição e organização das cooperativas. Estrutura e processos das cooperativas. Legislação cooperativista brasileira. Sistemas representativos e ramos do cooperativismo no Brasil. Economia, sociedade e cooperativismo local e regional. Cooperativismo agrícola na região.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ALVES, Francisco de Assis; MILANI, Imaculada Abenante. Sociedades cooperativas: regime jurídico e procedimentos legais para constituição e funcionamento. 2ª ed. São Paulo: Editora Juarez de Oliveira, 2003.

BATALHA, Mario Otavio (org.). Gestão Agroindustrial. Vol. 1. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.

CARNEIRO, Palmyos. Paixão. Co-operativismo: o princípio cooperativo e a força existencial-social do trabalho. Belo Horizonte, Fundec. 1981.

CRÚZIO, Helnon de Oliveira. Como organizar e administrar uma cooperativa. 4ª ed. Rio de Janeiro: FGV, 2005.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Manual de Gestão das Cooperativas. São Paulo: Atlas, 2001.

PIRES, Maria Luiza Lins e Silva. O cooperativismo agrícola em questão. Recife. Fundação Joaquim Nabuco: Massangana Editora 2004.

ROUBAQUIM, Antônio; QUINTAES, Roberto Antônio. Autogestão: alternativa socialista para o capitalismo. Rio de Janeiro: Revista de Administração de Empresas. V. 12(3),

96-99, jul/set. , 1972.

SANTOS, Boa Ventura de Sousa (org.). Produzir para viver: os caminhos da produção não capitalista. 2ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

ARAÚJO, Massilon Justino de. Fundamentos de Agronegócios. São Paulo: Atlas, 2003.

BACHA. Carlos José Caetano. Economia e Política Agrícola no Brasil. São Paulo: Atlas, 2004.

CANÇADO, Airton Cardoso. Autogestão em cooperativas populares: os desafios da prática. Salvador: IES, 2007.

HOFFMAN, Rodolfo et al. Administração da Empresa Agrícola. São Paulo. Pioneira, 1984.

HOLZMAN, Lorena. Operários sem patrão: gestão cooperativa e dilemas da democracia. São Carlos: EdUFSCar, 2001.

MARTINS, Sérgio Pinto. Cooperativas de Trabalho. São Paulo: Atlas, 2003.

RICCIARDI, Luiz; LEMOS, Roberto Jenkins. Cooperativa, a empresa do século XXI: como os países em desenvolvimento podem chegar a desenvolvidos. São Paulo: LTr, 2000.

VALLE, Rogério (org.). Autogestão: o que fazer quando as fábricas fecham. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

ZYLBERSZTAJN, Decio; NEVES, Marcos Fava (org). Economia e Gestão dos Negócios Agroalimentares. São Paulo: Thomson Learning, 2000.

Denominação: Economia dos Sistemas de Produção Agroindustrial

Área de concentração: Agronegócio

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Desenvolver uma visão sistêmica e contextualizada na realidade brasileira das teorias econômicas dos sistemas de produção de natureza agroindustrial.

EMENTA:

A Teoria de Sistemas e as principais Cadeias Agroalimentares ou Agroindustriais; o conceito e a importância do agribusiness; Sistema de produção sucro-alcooleiro; Sistema de produção pecuário (bovinos, suínos e aves); Sistema de produção de grãos oleaginosos; Sistema de produção de café; Sistema de produção de fibras; Sistema de produção de cítricos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BACHA. Carlos José Caetano. Economia e Política Agrícola no Brasil. São Paulo: Atlas, 2004.

SHIKIDA, Pery Francisco Assis; MORAES, Márcia Azanha Ferraz Dias de. Agroindústria Canavieira No Brasil. São Paulo: Atlas, 2002.

ZYLBERSZTAJN, Décio; NEVES, Marcos Fava (org). Economia e Gestão dos Negócios Agroalimentares. São Paulo: Thomson Learning, 2000.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

ARAÚJO, Massilon Justino de. Fundamentos de Agronegócios. São Paulo: Atlas, 2003.

BATALHA, Mario Otavio (org.). Gestão Agroindustrial. Vol.1. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.

BATALHA, Mario Otavio (org.). Gestão Agroindustrial. Vol.2. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.

LONG, Norman. Introdução a Sociologia do Desenvolvimento Rural. Rio de Janeiro: Zahar, 1982

PEREIRA, Lutero. Crédito Rural: Questões Controvertidas. Curitiba: Juruá, 1998.

Denominação: Economia e Política Rural

Área de concentração: Agronegócio

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Desenvolver uma visão contextualizada na realidade brasileira das teorias e práticas econômicas e políticas dos sistemas de produção de natureza agroindustrial.

EMENTA:

Demanda alimentar e teoria do comportamento do consumidor; oferta de produtos agroindustriais; Política agrícola e seus principais instrumentos; A evolução da agricultura brasileira até a década de 1920; Contribuições da Agricultura no processo de industrialização das décadas de 30 a 60; A agricultura brasileira e os instrumentos de política econômica nas décadas de 60 e 70; A agricultura brasileira e os instrumentos de política econômica nas décadas de 80 e 90.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BACHA. Carlos José Caetano. Economia e Política Agrícola no Brasil. São Paulo: Atlas, 2004.

ZYLBERSZTAJN, Décio; NEVES, Marcos Fava (org). Economia e Gestão dos Negócios Agroalimentares. São Paulo: Thomson Learning, 2000.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

ARAÚJO, Massilon Justino de. Fundamentos de Agronegócios. São Paulo: Atlas, 2003.

BATALHA, Mario Otavio (org.). Gestão Agroindustrial. Vol.1. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.

BATALHA, Mario Otavio (org.). Gestão Agroindustrial. Vol.2. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.

LONG, Norman. Introdução a Sociologia do Desenvolvimento Rural. Rio de Janeiro: Zahar, 1982

PEREIRA, Lutero. Crédito Rural: Questões Controvertidas. Curitiba: Juruá, 1998.

SHIKIDA, Pery Francisco Assis; MORAES, Márcia Azanha Ferraz Dias de. Agroindústria Canavieira No Brasil. São Paulo: Atlas, 2002.

Denominação: Economia Internacional

Área de concentração: Comércio Exterior

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Apresentar conceitos, teorias e políticas de Economia Internacional, desenvolvendo a capacidade de interpretação e análise crítico-sistêmica dos fenômenos econômicos internacionais.

EMENTA:

Introdução à economia internacional; O modelo básico de trocas internacionais; Padrões de comércio; Distribuição de renda e crescimento; Teoria e prática da Política comercial; Moeda, renda e balanço de pagamentos; Mercados financeiros internacionais e suas aplicações macroeconômicas; Determinação das taxas de câmbio nos mercados internacionais de ativos; Investimento externo direto; Interdependência econômica; Sistema monetário internacional e sistema de comércio internacional: do padrão ouro a Bretton Woods; a institucionalidade criada em Bretton Woods; o FMI, o Banco Mundial e o GATT; o fim do sistema monetário de Bretton Woods; protecionismo e liberalização comercial; as instituições econômicas internacionais na atualidade.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

CARBAUCH, Robert J. Economia Internacional. São Paulo: Thomson, 2003.

GILPIN, R. M. A. Economia política das Relações Internacionais. Brasília: UnB, 2002.

ASHWORTH, W. A short story of international economy since 1850. Londres: Longman, 1975.

Denominação: Ecoturismo

Área de concentração: Turismo e Hotelaria

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Desenvolver o saber do Ecoturismo, por meio da atuação e aplicação na realidade das organizações da área de abrangência da universidade.

EMENTA:

Introdução ao ecoturismo; Participação de comunidades locais; Urbanização turística; Áreas protegidas; O ambiente e o turismo; Espaço público; Vandalismo; O planejamento ecoturístico para áreas protegidas; Diretrizes para o ecoturismo; Lições de Parques Nacionais; Questões econômicas na gestão do ecoturismo; Visita de campo/técnicas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

KINKER, Sônia. Ecoturismo e Conservação da natureza em parques nacionais. Campinas: Papirus.

SEABRA, Giovanni. Ecos do turismo: o turismo ecológico em áreas protegidas. 2ª ed. Campinas: Papirus.

Denominação: Evento Gastronômico

Área de concentração: Turismo e Hotelaria

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVO:

Desenvolver o saber referentes a organização de Eventos Gastronômicos.

EMENTA:

Conceitos e caracterização de eventos; Mercado de eventos gastronômicos; Convention; Visitors Bureau; Marketing de eventos; Metodologia, planejamento, realização cronograma e avaliação de eventos; Novas oportunidades em eventos gastronômicos; Criatividade em eventos; Visita de campo/técnicas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

NAKANE, Andréa. Técnica de organização de eventos. Rio de Janeiro: ed. IBPI Press, 2000.

SCHLUTER, Regina G. Gastronomia e turismo. São Paulo: Aleph, 2003.

Denominação: Gestão Agroindustrial

Área de concentração: Agronegócio

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Desenvolver uma visão sistêmica e aplicada dos sistemas de produção agroindustriais; e o conhecimento dos fundamentos teóricos da gestão agroindustrial e do desenvolvimento sustentável.

EMENTA:

Gerenciamento de sistemas agroindustriais, seus elementos e aplicação; Gerenciamento de sistemas agroindustriais (SAI); Produtos Agroindustriais, características, comercialização e fatores influentes do macroambiente; Gestão de empreendimentos rurais; Desenvolvimento agrícola sustentável, fundamentos, conceitos e determinantes; Impactos ambientais da agricultura brasileira; Exemplos governamentais e não governamentais em direção à agricultura sustentável no Brasil; O desenvolvimento da agricultura brasileira; Interpretações clássicas e recentes do desenvolvimento agrícola brasileiro; Integração agricultura-indústria: concepções recentes.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ARAÚJO, Massilon Justino de. Fundamentos de Agronegócios. São Paulo: Atlas, 2003.
BATALHA, Mario Otavio (org.). Gestão Agroindustrial. Vol.1. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.
BATALHA, Mario Otavio (org.). Gestão Agroindustrial. Vol.2. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.
ZYLBERSZTAIN, Décio; NEVES, Marcos Fava (org). Economia e Gestão dos Negócios Agroalimentares. São Paulo: Thomson Learning, 2000.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

NEVES, Marcos Fava; CASTRO, Luciano Thomé e. Marketing e Estratégia em Agronegócios e Alimentos. São Paulo: Atlas, 2003.
SANTOS, Gilberto José dos; SEGATTI, Sonia. Administração de Custos na Agropecuária. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.
SHIKIDA, Pery Francisco Assis; MORAES, Márcia Azanha Ferraz Dias de. Agroindústria Canavieira No Brasil. São Paulo: Atlas, 2002.

Denominação: Gestão da Comunicação Integrada de Marketing

Área de concentração: Administração Mercadológica

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Aprofundar os conhecimentos do alunado sobre o processo de comunicação integrada de marketing; Entender os fatores que influenciam a tomada de decisão em todos os aspectos da comunicação integrada de marketing; Desenvolver a capacidade analítica e o raciocínio crítico.

EMENTA:

Conceito, prática e ambiente da comunicação integrada de marketing; Comunicação e persuasão; Nomes de marcas, logotipos, embalagens e materiais de ponto de vendas; Gestão da propaganda; Gestão da promoção de vendas; Relações públicas, marketing de patrocínio e venda pessoal; Marketing direto.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

CORREA, Roberto de Barros Rocha. Comunicação Integrada de Marketing: uma visão global. São Paulo: Saraiva, 2006.

GULLO, Jose Antonio; PINHEIRO, Eduardo Perrone. Comunicação Integrada de Marketing. São Paulo: Atlas, 2005.

OGDEN, James. Comunicação Integrada de Marketing. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

SHIMP, Terence. Propaganda e Promoção: aspectos complementares da comunicação integrada de marketing. 5ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

HERSCHMANN, Micael M.; FREIRE FILHO, João. Comunicação, Cultura e Consumo. São Paulo: E-papers. 2005.

PEARSON, Carol; MARK, Margaret O herói e o fora-da-lei: como construir marcas extraordinárias usando o poder dos arquétipos. São Paulo: Cultrix, 2003.

RANDAZZO, Sal. A Criação de Mitos na Publicidade. São Paulo: Rocco. 1997.

SCHMITT, Bernard; SIMONSON, Alex. A estética do marketing: como criar e administrar sua marca, imagem e identidade. São Paulo: Nobel, 2002.

SCHRODER, Kim; VESTERGAARD, Torben. A linguagem da propaganda. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

SHETH, Jagdish; ESHGHI, Abdolreza; KRISHNAN, Balaji C. Marketing na Internet. Porto Alegre: Bookman, 2001.

Denominação: Gestão da Qualidade aplicada ao Agronegócio

Área de concentração: Agronegócio

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Recapitulando os conceitos generalistas da administração da gestão da qualidade, desenvolver de maneira aplicada o conhecimento da gestão da qualidade na produção e operações de empreendimentos de agronegócio.

EMENTA:

Gestão da qualidade na agroindústria; Conceitos básicos de qualidade de produto; Enfoques para a qualidade; Etapas do ciclo de produção e a qualidade; Parâmetros e dimensões da qualidade total do produto; Enfoques dos principais autores para a gestão da qualidade; Princípios e ferramentas da gestão da qualidade total; Qualidade no desenvolvimento do produto; Padronização, segurança do alimento e rastreabilidade; Modelo para elaboração de programas de gestão da qualidade; Especificidades da gestão da qualidade nas cadeias agroindustriais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BATALHA, Mario Otavio (org.). Gestão Agroindustrial. Vol.1. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.
 BATALHA, Mario Otavio (org.). Gestão Agroindustrial. Vol.2. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.
 CAIXETA-FILHO, José Vicente. Pesquisa Operacional: Técnicas de Otimização aplicadas a sistemas agroindustriais. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.
 SCARE, Roberto F.; ZYLBERSZTAJN, Décio. Gestão da Qualidade no Agribusiness. São Paulo: Atlas, 2003.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

CAIXETA-FILHO, José Vicente; GAMEIRO, Augusto Hauber. Transporte e Logística em Sistemas Agroindustriais. São Paulo: 2001.
 SANTOS, Gilberto José dos; SEGATTI, Sonia. Administração de Custos na Agropecuária. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.
 ZYLBERSZTAJN, Décio; NEVES, Marcos Fava (org). Economia e Gestão dos Negócios Agroalimentares. São Paulo: Thomson Learning, 2000.

Denominação: Gestão de Marcas (Branding)

Área de concentração: Administração Mercadológica

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Entender o papel que as marcas desempenham nas estratégias de marketing; Entender os conceitos, teorias, modelos e ferramentas adequadas para o aprimoramento das decisões de criação e gestão de marcas; Desenvolver a capacidade analítica, a criatividade e o espírito empreendedor.

EMENTA:

Marcas e gestão de marcas; Brand equity; Programas de marketing para construção de brand equity; Posicionamento e valores de marca; Escolha dos elementos de marca; Comunicação integrada para a construção de brand equity; Associações secundárias; Estratégias de branding e arquiteturas de marcas; Extensões de linha e introdução de novos produtos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

AAKER, DAVID. CRIANDO E ADMINISTRANDO MARCAS DE SUCESSO. SÃO PAULO: FUTURA, 1996.

AAKER, David. Marcas. São Paulo: Negócio, 1998.

KAPFERER, Jean-Noel. As marcas. Porto Alegre: Bookman, 2004.

KAPFERER, Jean-Noel. Marcas à prova de prática. Porto Alegre: Bookman, 2004.

KAPFERER, Jean-Noel. O que vai mudar as marcas. Porto Alegre: Bookman, 2004.

KELLER, Kevin Lane; MACHADO, Marcos. Gestão estratégica de marcas. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

CHETOCHINE, Georges. A derrota das marcas. São Paulo: Makron, 1999.

FONTENELLE, Isleide Arruda. O nome da marca. Rio de Janeiro: Boitempo, 2002.

HOLT, Douglas. Como as marcas se tornaram ícones. São Paulo: Cultrix, 2006.

KLEIN, Naomi. Sem logo. São Paulo: Record, 2002.

MARTINS, José. A natureza emocional da marca. São Paulo: Negócio, 1999.

PEARSON, Carol; MARK, Margaret O herói e o fora-da-lei: como construir marcas extraordinárias usando o poder dos arquétipos. São Paulo: Cultrix, 2003.

PEREZ, Clotilde. Signos da marca. São Paulo: Thomson, 2004.

PINHO, J. B. O poder das marcas. São Paulo: Summus, 1996.

SCHMITT, Bernard; SIMONSON, Alex. A estética do marketing: como criar e administrar sua marca, imagem e identidade. São Paulo: Nobel, 2002.

TAVARES, Fred. Gestão da marca - estratégia e marketing. São Paulo: e-Papers, 2004.

Denominação: Gestão por Competências

Área de concentração: Gestão de Pessoas

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Apresentar e discutir a gestão por competências como ferramenta para a gestão estratégica de pessoas

EMENTA:

Conceito. Competências individuais. Competências organizacionais. Competências técnicas, Competências comportamentais. Mapeamento das competências. Alinhamento da estratégia competitiva e as competências na organização: os níveis de análise e a Gestão de Pessoas. Recrutamento e seleção. Desenvolvimento e gestão do desempenho. Remuneração por competência

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

DUTRA, Joel Souza. Competências: conceitos e instrumentos. São Paulo: Atlas, 2001. _____. Gestão por competências: um modelo avançado para o gerenciamento de pessoas. 5ª ed. São Paulo: Editora Gente, 2001.

FLEURY, Afonso e FLEURY, Maria Teresa. Estratégias empresarias e formação de competências. São Paulo: Atlas, 2004.

GRAMIGNA, Maria Rita. Gestão de competências e gestão dos talentos. 2ª ed. São Paulo: Prentice Hall, 2007.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

DUTRA. Joel de Souza. Desenvolvimento de carreiras. São Paulo: Atlas, 1996.

LEME, Rogério. Avaliação de Desempenho com Foco em Competência: A base para remuneração por competência. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

LAWLER III, Edward. From job-based to competency-based organizations. Journal of Organizational Behavior, Chichester, v. 15, p 3-15, Jan 1995.

MARRAS, J. P. Administração de recursos humanos: do operacional ao estratégico. 4ª ed. São Paulo: Futura, 2001.

MORIN, Edgar. Os setes saberes fundamentais a educação do futuro. 8ª ed. São Paulo: Cortez, 2003.

Denominação: Gestão Turística e Planejamento Sustentável

Área de concentração: Turismo e Hotelaria

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Desenvolver o saber da Gestão Turística aliada ao Planejamento Sustentável, por meio da atuação e aplicação na realidade das organizações da área de abrangência da universidade.

EMENTA:

Conceito de planejamento; Níveis de planejamento: nacional, regional e local; Turismo sustentável; Roteiro de planejamento; Fatores influenciadores do desenvolvimento

turístico; Desenvolvimento integrado ao ciclo de vida das destinações turísticas; A capacidade de carga turística; Os atores-chave no turismo sustentável: o setor público, a indústria do turismo, a comunidade local, a mídia e o turista; Estudos de casos em planejamento sustentável; Visitas de campo/técnicas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ALMEIDA, Joaquim A; FROELICH, Jose M; RIEDL, Mario. Turismo rural e desenvolvimento sustentável. 4ª ed. Campinas: Papirus.

RUSCHMANN, Doris Van de Meene. Turismo e planejamento sustentável. 11ª ed. Campinas: Papirus, 2000.

Denominação: International Hotel Management

Área de concentração: Turismo e Hotelaria

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Desenvolver o saber da Administração hoteleira internacional, por meio da atuação e aplicação na realidade das organizações da área de abrangência da universidade.

EMENTA:

Factors affecting international tourism management; Hotel international chains; Emergence of International Hotels, Historical evolution of the hotel business; International hotel chains and expansion to Brazil, Yield hotel management; The role of public and private hotel management; International contracts and agreements, Culture perspectives and diversity, Global competition and the future. (This subject is to be lectured in English).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

GEE, Chuck Y. International hotels: development and management. Michigan: Educational Institute of American Hotel; Motel Association.

GEE, Chuck Y. International tourism: a global perspective. Bernan Association, 1997.

MILL, Robert C. Resorts: Administração e Operações. Porto Alegre: Bookman, 2003.

TRIGO, Luiz G. Godoi. América e outras viagens. Campinas: Papirus, 2004.

Denominação: Logística agroindustrial.

Área de concentração: Agronegócio

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Recapitulando os conceitos generalistas da administração de operações logística, desenvolver de maneira aplicada este conhecimento direcionado aos empreendimentos de agronegócio.

EMENTA:

Cadeia de suprimento; Sistema logístico; Áreas de atuação: suprimento, apoio à produção e distribuição física; Desempenho logístico; Estratégias logísticas; Componentes do sistema logístico; Casos de mudança nas cadeias de suprimento; A competitividade do transporte no agronegócio brasileiro; Expansão da fronteira agrícola e desenvolvimento do agronegócio; Articularidades das modalidades de transporte; Movimentação rodoviária de produtos agrícolas selecionados; Instrumentos para gerenciamento de risco no transporte.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

CAIXETA-FILHO, José Vicente; GAMEIRO, Augusto Hauber. Transporte e Logística em Sistemas Agroindustriais. São Paulo: 2001.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BATALHA, Mario Otavio (org.). Gestão Agroindustrial. Vol.1. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.
BATALHA, Mario Otavio (org.). Gestão Agroindustrial. Vol.2. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.

CAIXETA-FILHO, José Vicente. Pesquisa Operacional: Técnicas de Otimização aplicadas a sistemas agroindustriais. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

SANTOS, Gilberto José dos; SEGATTI, Sonia. Administração de Custos na Agropecuária. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

Denominação: Marketing Agroindustrial

Área de concentração: Agronegócio

Carga Horária: 30 h/a

Créditos - Total: 02

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 02

OBJETIVOS:

Aplicar o conhecimento do marketing estratégico ao agronegócio; Analisar o comportamento dos principais mercados de produtos agroindustriais.

EMENTA:

Fundamentos de marketing aplicado ao agronegócio; Análise do ambiente de marketing; Decisões de marketing sobre produto, preço promoção e distribuição; O comportamento do consumidor e do comprador organizacional; Tendências relacionadas ao marketing

no agronegócio; Tendências da distribuição e do varejo de alimentos; Oferta e demanda no Sistema Agroalimentar; Análise do potencial de mercado; Estratégia das firmas; Projeto de produtos agroindustriais; Atividades do projeto do produto.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

MEJIDO, J. L. T. Marketing e agribusiness. São Paulo: Atlas, 1994.
NEVES, Marcos Fava; CASTRO, Luciano Thomé e. Marketing e Estratégia em Agronegócios e Alimentos. São Paulo: Atlas, 2003.
XAVIER, Coriolano; MEGIDO, J L Tejon. Marketing; Agribusiness. São Paulo: Atlas, 2003.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

ARAÚJO, N. B.; WEDEKIN, I.; PINAZZA, L. A. A. Complexo agroindustrial brasileiro. Rio de Janeiro: Suma econômica, 1990.
BATALHA, Mario Otavio (org.). Gestão Agroindustrial. Vol.1. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.
BATALHA, Mario Otavio (org.). Gestão Agroindustrial. Vol.2. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.
CAIXETA-FILHO, José Vicente; GAMEIRO, Augusto Hauber. Transporte e Logística em Sistemas Agroindustriais. São Paulo: 2001.
ZYLBERSZTAJN, Décio; NEVES, Marcos Fava (org). Economia e Gestão dos Negócios Agroalimentares. São Paulo: Thomson Learning, 2000.
ZYLBERSZTAJN, D. Análise comparativa de sistemas agroindustriais. São Paulo: Pensa, 1995.

Denominação: Marketing de Relacionamento

Área de concentração: Administração Mercadológica

Carga Horária: 30 h/a

Créditos - Total: 02

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 02

OBJETIVOS:

Desenvolver uma visão de longo prazo das atividades de marketing; Entender o processo de criação de valor recíproco; Desenvolver a habilidade de criar estratégias de retenção de clientes; Desenvolver a capacidade analítica, o raciocínio crítico e a criatividade.

EMENTA:

Justificativa para o marketing de relacionamento; Relacionamentos existentes no mercado; Natureza dos vínculos; Aspectos econômicos e simbólicos da formação de relacionamento com clientes; Estratégias para a construção e gestão dos relacionamentos com os clientes; Benefícios e barreiras relacionais; Antecedentes do marketing de relacionamento; Mediadores do marketing de relacionamento; Resultantes do marketing de relacionamento; Compra com base no relacionamento;

Gerenciamento do Endomarketing; Gerência de relacionamento com clientes 1:1; Criação de relacionamentos com clientes na Internet.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BARNES, J. G. Segredos da gestão pelo relacionamento com os clientes: é tudo uma questão de como você faz com que eles se sintam. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.
 GORDON, Ian. Marketing de relacionamento: estratégias, técnicas e tecnologias para conquistar clientes e mantê-los para sempre. 3ª ed. São Paulo: Futura, 1999.
 GUMMESSON, Evert. Marketing de Relacionamento Total. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

ÂNGELO, Claudio Felisoni de; GIANGRANDE, Vera. Marketing de Relacionamento no Varejo. São Paulo: Saint Paul, 2004.
 BORBA, Valdir Ribeiro. Marketing de Relacionamento para Organizações. São Paulo: Atlas, 2004.
 BRETZKE, Miriam. Marketing de Relacionamento e Competição em Tempo Real - com CRM (Customer Relationship Management). São Paulo: Atlas, 2000.
 McKENNA, Regis. Marketing de relacionamento: estratégias bem-sucedidas para a era do cliente. 10ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 1992.
 SLONGO, Luiz Antonio; LIBERALI, Guilherme (orgs.) Marketing de Relacionamento. São Paulo: Atlas, 2004.
 SWIFT, Ronald. CRM, customer relationship management: o revolucionário marketing de relacionamento com o cliente. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
 VAVRA, Terry G. Marketing de relacionamento: como manter a fidelidade de clientes através do marketing de relacionamento. São Paulo: Atlas, 1993.

Denominação: Marketing de Serviços

Área de concentração: Administração Mercadológica

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Entender as peculiaridades das atividades de marketing para organizações de serviços; Entender os processos de prestação de serviço; Desenvolver a capacidade analítica e o raciocínio crítico.

EMENTA:

Caracterização do marketing de serviços; Encontros de serviços; Gestão do composto

de marketing de serviços; Manutenção do cliente; Gerenciamento da Reclamação; Mensuração da satisfação dos consumidores; Comportamento do comprador de serviços; Estratégias de marketing de serviços; Gerenciamento da capacidade e da demanda; Princípios de qualidade em serviços. .

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BATESON, John E. G.; HOFFMAN, K. Douglas. Marketing de Serviços. 4ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

LOVELOCK, Christopher; WRIGHT, Lauren. Serviços - Marketing e Gestão. São Paulo: Saraiva, 2001.

ZEITHAML, Valerie A.; BITNER, Mary Jo. Marketing de Serviços: A Empresa com Foco no Cliente. Porto Alegre: Bookman, 2003.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BERRY, Leonard L. Descobrimo a Essência do Serviço: Os Nove Geradores de Sucesso Sustentável nos Negócios. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

BERRY, Leonard L. Serviços de Satisfação Máxima: Guia Prático de Ação. São Paulo: Campus, 1996.

FITZSIMMONS, James A.; FITZSIMMONS, Mona J. Administração de Serviços Operações, Estratégia e Tecnologia de Informação. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2000.

GIANESI, Irineu G. Nogueira; CORRÊA, Henrique L. Administração Estratégica de Serviços: Operações para a Satisfação do Cliente. São Paulo: Atlas, 1994.

GRONROOS, Christian. Marketing: Gerenciamento e Serviços. 2ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2004.

HOFFMAN, K. Douglas; BATESON, John E. G. Princípios de Marketing de Serviços. São Paulo: Thomson, 2003.

KOTLER, Philip; HAYES, Thomas; BLOOM, Paul N. Marketing de Serviços Profissionais. Barueri-SP: Manole, 2002.

ROCHA, Ângela da.; MELLO, Renato Cotta de (orgs). Marketing de Serviços: Casos Brasileiros. São Paulo: Atlas, 2000.

Denominação: Marketing de Varejo

Área de concentração: Administração Mercadológica

Carga Horária: 30 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Aplicar as estratégias de marketing à realidade do varejo no Brasil; Compreender os aspectos

específicos da administração mercadológica de empreendimentos varejistas; Desenvolver as habilidades de planejar e executar ações de marketing e vendas no Varejo, bem como avaliar a qualidade de um projeto de marketing no varejo tradicional. Desenvolver a capacidade de analisar problemas empresariais e a habilidade para traduzi-los em problemas gerenciais específicos que possam ser resolvidos com a ajuda de ações no varejo.

EMENTA:

Evolução e formatos do varejo; O varejo tradicional e sua adequação à nova economia (e-commerce); Sistema de informação de marketing no varejo; Análise ambiental do varejo; Estratégias varejistas; Segmentação e posicionamento no varejo; Decisões do composto de marketing no varejo; Marcas próprias varejistas; Serviços ao consumidor; Marketing direto; Layout e apresentação de produtos;

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BERNARDINO, Eliane de Castro; PACANOWSKI, Mauro; REIS, Ulysses. Marketing de Varejo. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

DAUD, Miguel; RABELLO, Walter. Marketing de Varejo. Porto Alegre: Artmed, 2007.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Marketing de Varejo. São Paulo: Atlas, 2006.

PARENTE, J. Varejo no Brasil. São Paulo: Atlas, 2000.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

ANGELO, Cláudio Felisoni de; GIANGRANDE, Vera. Marketing de Relacionamento no Varejo. São Paulo: Saint Paul, 2007.

GODOY, Paulo; NARDI, Sérgio. Marketing para o Varejo de Baixa Renda. São Paulo: Novo Século, 2006.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi; GARCIA, Maria Tereza. Estratégias de Marketing para Varejo. São Paulo: Novatec, 2007.

LEVY, M.; WEITZ, B. A. Administração de Varejo. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2000.

MIRANDA, Roberto Lira. Marketing no Varejo. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1997.

RODRIGUES, Valter. Marketing no Varejo. Rio de Janeiro: Globo, 1994.

SCHMID, Érika. Marketing de Varejo de Moda. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

Denominação: Marketing Esportivo

Área de concentração: Agronegócio

Carga Horária: 30 h/a

Créditos - Total: 02

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 02

OBJETIVOS:

Compreender as principais estratégias de marketing aplicadas ao evento esportivo

e às organizações esportivas; Desenvolver a habilidade planejar, organizar e dirigir eventos na área esportiva; Desenvolver a habilidade de identificar oportunidades no mercado; Desenvolver a capacidade analítica e o raciocínio crítico.

EMENTA:

Definição do marketing esportivo; Características e conceitos fundamentais do marketing esportivo; Licenciamento de marcas; Tendências no marketing esportivo; O investimento empresarial no esporte; Marketing de eventos esportivos; Estudos de casos em marketing esportivo.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

MELO NETO, F. P. Marketing Esportivo. Rio de Janeiro: Record, 1995.

MULLIN, B. J.; HARDY, S.; SUTTON, W. A. Marketing esportivo. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2004

PITTS, Brenda; STOTLAR, David K. Fundamentos de Marketing Esportivo. São Paulo: Phorte, 2002.

SUTTON, William Anthony; MULLIN, Bernard James; HARDY, Stephen. Marketing Esportivo. Porto Alegre: Artmed, 2003. .

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

ALMEIDA, Candido Jose Mendes de; SOUSA, Madalena Mendes de Almeida ; LEITAO, Sergio Sá. Marketing Esportivo Ao Vivo. Rio de Janeiro: Imago, 2000.

CARDIA, Wesley. Marketing e Patrocínio Esportivo. Porto Alegre: Bookman, 2004.

CONTURSI, E. B. Marketing Esportivo. Rio de Janeiro: 1996.

MELO NETO, F. P. Marketing no Esporte. Rio de Janeiro: Incentive, 1986.

MELO NETO, F. P. Marketing Esportivo e Social. São Paulo: Phorte, 1997.

NICOLINI, Henrique. Evento Esportivo como Objeto de Marketing. São Paulo: Phorte, 2005.

POZZI, L. F. A Grande Jogada. Rio de Janeiro: Globo, 1998.

STOTLAR, David K. Como Desenvolver Planos de Marketing Esportivo. São Paulo: Idéia e Ação, 2005.

Denominação: Marketing Internacional

Área de concentração: Administração Mercadológica

Carga Horária: 30 h/a

Créditos - Total: 02

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 02

OBJETIVOS:

Entender os atores, recursos e processos presentes no ambiente de marketing internacional; Desenvolver a capacidade de identificar oportunidades no mercado

internacional; Desenvolver a capacidade de planejar adaptações nas comunicações, marcas e ofertas; Desenvolver a capacidade analítica e o espírito empreendedor.

EMENTA:

Ambiente de Marketing internacional; Sistemas de informação e pesquisa de marketing internacional; Perspectivas estratégias de Marketing internacional; Comportamento do consumidor no mercado internacional; Segmentação e posicionamento internacionais; Gestão do composto de Marketing internacional.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

CATEORA, Philip. Marketing Internacional. Rio de Janeiro: LTC, 2001.

DAEMON, Dalton. Marketing Internacional. São Paulo: FGV, 1998.

KEEGAN, Warren J. Marketing Global. São Paulo: Pearson, 2004.

KOTABE, Masaaki; HELSEN, Kristiaan. Administração de Marketing Global. São Paulo: Atlas, 2000.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

KUAZAQUI, Edmir. Marketing Internacional: como conquistar negócios em mercados internacionais. São Paulo: Pearson, 1999.

MINADEO, Roberto. Marketing Internacional: Conceitos e Casos. São Paulo: Thex, 2001.

NEVES, Marcos Fava; SCARE, Roberto Fava. Marketing & Exportação. São Paulo: Atlas, 2001.

NOSE JÚNIOR, Amadeu. Marketing Internacional – Uma estratégia empresarial. São Paulo: Thomson, 2004.

PALACIOS, Tomas Manuel Banegil; SOUSA, Jose Manuel Meireles de. Estratégias de Marketing Internacional. São Paulo: Atlas, 2004.

PIPKIN, Alex. Marketing internacional. São Paulo: Aduaneiras, 2000.

Denominação: Marketing na Internet

Área de concentração: Administração Mercadológica

Carga Horária: 30 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Compreender os principais conceitos e aspectos práticos do marketing na Internet e do comércio eletrônico, analisando seus impactos no composto e estratégias de marketing, nas transações das organizações entre si e com seus clientes; Desenvolver a habilidade de usar a Internet para o desenvolvimento das ações mercadológicas, Compreenderem a utilização da Internet como um meio de desenvolvimento de negócios.

EMENTA:

Internet: origem, escopo, natureza e crescimento; As classes do e-business: B2B, B2C, C2C e C2E; O uso da Internet como mecanismo de coleta de informações mercadológicas; O uso da Internet como canal de vendas e de mídia promocional; Marketing estratégico na Internet. A Internet e a nova economia. O poder da Internet e as oportunidades para o marketing; Comportamento do consumidor nas transações virtuais; Composto de marketing na Internet; Segmentação e posicionamento na Internet; Meios de divulgação na Internet: site, banners, busca, E-mail.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

REEDY, Joel; SCHULLO, Shauna; ZIMMERMAN, Kenneth. Marketing eletrônico: a integração de recursos eletrônicos ao processo de marketing. Porto Alegre: Bookman, 2001.

SHETH, Jagdish; ESHGHI, Abdolreza; KRISHNAN, Balaji C. Marketing na Internet. Porto Alegre: Bookman, 2001.

VENETIANER, Paul. Marketing na Internet. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

ALBERTIN, Alberto Luiz. Comércio eletrônico: modelo, aspectos e contribuições de sua aplicação. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.

FRANCO JR., Carlos F. E-business: tecnologia de informação e negócios na internet. São Paulo: Atlas, 2005.

JANAL, Daniel, S. Como fazer Marketing na Internet. Rio de Janeiro: Infobook, 1996.

KALAKOTA, Ravi; e-business - estratégias para alcançar o sucesso no mundo digital. Porto Alegre: Bookman, 2002.

LIMEIRA, Tânia Maria Vidigal. E-marketing: o marketing na internet com casos brasileiros. São Paulo: Saraiva, 2003.

MEIRA JR., Wagner et al. Sistemas de comércio eletrônico: projeto e desenvolvimento. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

PINHO, J. B. Publicidade e Vendas na Internet: Técnicas e estratégias. São Paulo: Summus, 2000.

SEYBOLD, Patricia, B. Clientes. com. São Paulo: Makron Books, 2000.

TURBAN, Efraim; KING, David. Comércio eletrônico: estratégia e gestão. São Paulo: Prentice-Hall, 2004.

VASSOS, Tom. Marketing estratégico na Internet. São Paulo: Makron, 1998.

ZEFF, Robbin; ARONSON, Brad. Publicidade na internet. New York: J. Wiley, 1999.

Denominação: Marketing Social

Área de concentração: Administração Mercadológica

Carga Horária: 30 h/a

Créditos - Total: 02

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 02

OBJETIVOS:

Entender as peculiaridades das atividades de marketing para organizações que não visam lucro; Entender como o marketing pode atuar estimulando a alteração de comportamentos e valores sociais; Entender como as organizações podem promover as suas ações de responsabilidade sócio-ambiental; Desenvolver a capacidade analítica e o raciocínio crítico.

EMENTA:

Sociedade, organizações e responsabilidade social; Conceitos e características do marketing social; Diferenciação do marketing social do marketing tradicional e de campanhas de comunicação; Organizações sem finalidade lucrativa; O mercado de causas sociais; Tipologias de causas e mudanças sociais; Estratégias de marketing social; O composto de marketing social; Aplicações do marketing social e de organizações não-lucrativas; Aspectos éticos relacionados com o marketing social e de organizações não-lucrativas; Tendências e perspectivas do marketing social e de organizações não-lucrativas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

PRINGLE, H.; THOMPSON, M. Marketing social: marketing para causas sociais e a construção das marcas. São Paulo; Makron, 2000.
KOTLER, P.; ROBERTO, E. L. Marketing social. São Paulo: Pioneira, 1994.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

ANDREASEN, A. R. Ética e marketing social: como conciliar os interesses do cliente. São Paulo: Futura, 2002
CRUZ, C. M.; ESTRAVIZ, M. Captação de diferentes recursos para organizações. São Paulo: Global, 2003.
CRUZIO, H. O. Marketing social e ético nas cooperativas. Rio de Janeiro: FGV, 2003.
SINA, A. Marketing social: uma oportunidade para atuar e contribuir socialmente no Terceiro Setor. São Paulo: Crescente, 1999.
TACHIZAWA, T. Organizações não governamentais e terceiro setor: criação de ONGs e estratégias de atuação. São Paulo: Atlas, 2002.

Denominação: Marketing Turístico

Área de concentração: Administração Mercadológica

Carga Horária: 30 h/a

Créditos - Total: 02

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 02

OBJETIVOS:

Compreender os diferentes sistemas de marketing utilizados no desenvolvimento

estratégico de uma empresa ou de uma destinação turística; Entender as características do produto turístico e como este produto é exposto em ações publicitárias e promocionais; Desenvolver a capacidade de reconhecimento das possibilidades dos diversos mercados turísticos recepcionarem os produtos planejados reconhecendo as segmentações da demanda e o comportamento dos consumidores.

EMENTA:

O marketing na atividade turística, importância e procedimentos básicos; O papel de cada um dos agentes atuantes no processo de comercialização do produto turístico; Estudo do comportamento mercadológico do turista; Segmentos de mercado e mercado-alvo turístico; Análise das oportunidades de marketing em turismo; Estudos de casos e situações reais da aplicação do marketing turístico; A formulação de planos de marketing turístico.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

DIAS, Reinaldo; CASSAR, Mauricio. Fundamentos do Marketing Turístico. São Paulo: Pearson, 2004.

KUAZAQUI, Edmir. Marketing Turístico e de Hospitalidade. São Paulo: Makron, 2000.

VAZ, Gil Nuno. Marketing Turístico. São Paulo: Thomson, 1999.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BALANZÁ, Izabel Mílio, NADAL, Mônica Cabo. Marketing e Comercialização de Produtos Turísticos. São Paulo: Thomson, 2003.

DIAS, Célia Maria de Moraes (Org.). Hospitalidade: Reflexões e Perspectivas. Barueri: Manole, 2002

MIDDLETON, Victor T. C. Marketing Turístico: Teoria e Prática. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

MOTA, Keila Cristina Nicolau. Marketing Turístico. São Paulo: Atlas, 2001.

RUSCHMANN, Dóris. Marketing Turístico. Campinas: Papyrus, 1995.

Denominação: Pesquisa Mercadológica

Área de concentração: Administração Mercadológica

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Desenvolver a habilidade de identificar problemas ou oportunidades de marketing decorrentes da falta de informação; Desenvolver a habilidade de entender e prever as necessidades do mercado; Desenvolver a habilidade de planejar o lançamento de novas ofertas ao mercado; Desenvolver a capacidade analítica, o raciocínio crítico, o espírito empreendedor e a capacidade de trabalhar em equipe.

EMENTA:

Introdução e fases iniciais da pesquisa de Marketing; Planejamento da pesquisa de Marketing; Coleta, preparação e análise de dados; Comunicação dos resultados; Prática de elementos da pesquisa empírica.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

MALHOTRA, Naresh K. Pesquisa de Marketing: Uma Orientação Aplicada. 3ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MCDANIEL, Carl; GATES, Roger. Pesquisa de Marketing. São Paulo: Thomson, 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

HAIR, J.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L.; BLACK, W. Análise Multivariada de Dados. 5ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

KUMAR, Vinay; AAKER, DAVID A.; DAY, GEORGE S. Pesquisa de Marketing. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

MATTAR, Fauze Najib. Pesquisa de Marketing - ed. Compacta. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.

SAMARA, Beatriz Santos; BARROS, Jose Carlos de. Pesquisa de Marketing: conceitos e metodologia. São Paulo: Makron, 2001.

Denominação: Projetos em Agronegócios

Área de concentração: Agronegócio

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Em um caráter prático-aplicado, a disciplina busca desenvolver a habilidade generalista de elaboração e gestão de projetos, por meio da atuação e aplicação na realidade das organizações da área de abrangência da universidade.

Ementa: Elaboração do um projeto, dentro da ênfase que o discente escolher; Estudo do projeto; Estudo Administrativo; Estudo de Mercado; Estudo técnico; Estudo Financeiro; Estudo Econômico.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BRITO, Paulo. Análise e Viabilidade de Projetos de Investimentos. São Paulo: Atlas, 2003.

CASAROTTO FILHO, Nelson. Projeto de Negócio: estratégias e estudos de viabilidade: rede de empresas, engenharia simultânea, plano de negócio. São Paulo: Atlas, 2002.

SPINOLA, Noelio Dantaslé. Elaboração de Projetos: Teoria e Prática; Salvador: SEBRAE/BA, 2001.

CLEMENTE, Ademir (org.). Projetos Empresarias e Públicos. São Paulo: Altas, 1998.
BUARQUE, Cristovam. Avaliação Econômica de Projetos. 2ª ed; Rio de Janeiro: Campus, 1998.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

SOUZA, Acilon Batista de. Projetos de Investimentos de capital: elaboração, análise, tomada de decisão. São Paulo: Atlas, 2003.
SOUZA, Alceu. Decisões financeiras e análise de investimentos: fundamentos, técnicas e aplicações. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

Denominação: Estudos Aplicados de Teoria dos Jogos

Área de concentração: Estratégia

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Em um caráter prático-aplicado, a disciplina busca desenvolver a habilidade de aplicação e análise crítica de questões econômicas, sociais, políticas e estratégicas a partir das perspectivas da Teoria dos Jogos.

EMENTA:

Revisão de conceitos fundamentais da Teoria dos Jogos; Racionalidade e irracionalidade na tomada de decisão; Modelagem de jogos; Equilíbrios; Jogos simultâneos, finitos e infinitos; Reputação e Credibilidade; Competição e cooperação, Estratégia de negócios aplicando conceitos da teoria; Análise macro e micro-ambiental; Metodologias de pesquisa quantitativas e qualitativas aplicadas à teoria dos jogos; Trabalho de conclusão.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

COLLIS, Jill; HUSSEY, Roger. Pesquisa em Administração. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.
COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. Métodos de pesquisa em administração. 7ª ed. São Paulo: Bookman, 2003.
FIANI, Ronaldo. Teoria dos Jogos. 2ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2006.
FUNDENBERG, Drew; TIROLE, Jean. Game Theory. Cambridge: MIT Press, 1991.
HAIR, J.; BABIN, B.; MONEY, A.; SAMOUEL, P. Fundamentos de métodos de pesquisa em Administração. Porto Alegre: Bookman, 2005.
HITT, Michael A, IRELAND, R. Duane e HOSKISSON, Robert E. Administração estratégica. São Paulo: ed. Thomson, 2002.
VERGARA, S. C. Métodos de Pesquisa em Administração. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2006.

WRIGHT, Peter; KROLL, Mark J.; PARNELL, John, *Administração Estratégica: Conceitos*. São Paulo: Atlas, 2000.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

AXELROD, Robert (1981). The Emergence of Cooperation among Egoists, *American Political Science Review* 75: 306-318.

BABBIE, E. *Métodos de pesquisa de survey*. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

BARDIN, L. *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977.

BERNI, Duilio de Ávila. *Teoria dos Jogos: Jogos de Estratégia: Estratégia Decisória: Teoria*. São Paulo: REICHMANN & AFFONSO, 2004.

CAMPBELL, D.; STANLEY, J. *Delineamentos experimentais e quase-experimentais de pesquisa*. São Paulo: EPU, 1979.

DELLAGNELO, E. H. L.; SILVA, R. C. *Análise de conteúdo e sua aplicação em pesquisa na Administração*. In: VIEIRA, M. M. F.; ZOUAIN, D. M. *Pesquisa qualitativa em Administração: Teoria e prática*. Rio de Janeiro: FGV, 2005. p. 97-118.

FAIRCLOUGH, N. *Discurso e mudança social*. Brasília: UNB, 2001.

FIANI, Ronaldo. *Teoria dos Jogos para Cursos de Administração e Economia*. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

FLICK, U. *Uma introdução à pesquisa qualitativa*. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

FUNDENBERG, Drew; LEVINE, David K. *The Theory of Learning in Games*, Cambridge: MIT Press, 1998.

GANCHO, C. V. *Como analisar narrativas*. 7ª ed. São Paulo: Ática, 2003. (Série Princípio).

GASKELL, G. *Entrevistas individuais e grupais*. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (ed.). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: Um manual prático*. Petrópolis: Vozes, 2002. Cap. 03, p. 64-89.

GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GILL, R. *Análise de discurso*. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (ed.). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: Um manual prático*. Petrópolis: Vozes, 2002. Cap. 10, p. 244-270.

HAGUETTE, T. M. F. *Metodologias qualitativas na sociologia*. 5ª ed. Petrópolis: Vozes, 1997.

HAIR JR. , J. F. et al. *Análise multivariada de dados*. 5ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HANSEN, Lars Peter; SARGENT, Thomas J. 'Certainty Equivalence' and 'Model Uncertainty', mimeo Department of Economics, University of Chicago, apresentado em conferência do Federal Reserve Board em 26 e 27 de março, 2004.

JOVCHELOVITCH, S.; BAUER, M. W. *Entrevista narrativa*. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (ed.). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: Um manual prático*. Petrópolis: Vozes, 2002. Cap. 04, p. 90-113.

KREPS, David; WILSON, Robert. *Reputation and Imperfect Information*, *Journal of*

Economic Theory 27: 253-279, 1982.

LEVINE, D. M.; BERENSON, M. L.; STEPHAN, D. Estatística: teoria e aplicações. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

LIAKOPOULOS, M. Análise argumentativa. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (ed.). Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: Um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2002. Cap. 09, p. 218-243.

MAYNARD Smith, John, Evolution and the Theory of Games, Cambridge: Cambridge University Press, 1982.

MCCAIN, Roger. Game Theory: A Non-Technical Introduction to the Analysis of Strategy, 1st Edition. [?]: Thomson Learning, 2004.

MOREIRA, D. A. O Método fenomenológico na pesquisa. São Paulo: Pioneira: 2002.

NALEBUFF, Barry J.; BRANDENBURGER, Adam M. Co-opetição. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

NASH, John. Non-Cooperative Games. 1950. Dissertação de Doutorado. Disponível em: <http://www.princeton.edu/mudd/news/faq/topics/Non-Cooperative_Games_Nash.pdf>.

RICHARDSON, R. J. Pesquisa social: métodos e técnicas. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 1999.

RUEDIGER, M. A.; RICCIO, V. Grupo focal: método e análise simbólica da organização e da sociedade. In: VIEIRA, M. M. F.; ZOUAIN, D. M. Pesquisa qualitativa em Administração. Rio de Janeiro: FGV. 2004. Cap. 07, p. 151-172.

SAMUELSON, Larry, Evolutionary Games and Equilibrium Selection, Cambridge: MIT Press, 1998.

SAUAIA, Antonio C. A. Satisfação e aprendizagem em jogos de empresas: contribuições para a Educação Gerencial. 1995. 273 f. Tese (Doutorado em Administração). Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo: São Paulo: 1995.

THIOLLENT, M. Pesquisa-ação nas organizações. São Paulo: Atlas, 1997.

THIRY-CHERQUES, H. R. Programa para aplicação às pesquisas em ciências da gestão de um método de caráter fenomenológico. In: VIEIRA, M. M. F.; ZOUAIN, D. M. Pesquisa qualitativa em Administração. Rio de Janeiro: FGV. 2004. Cap. 05, p. 97-119.

VASCONCELOS, Flávio C.; CYRINO, Álvaro B. Vantagem competitiva: os modelos teóricos atuais e a convergência entre estratégia e teoria organizacional. Revista de Administração de Empresas – RAE, São Paulo: v. 40, n. 4, p. 20-37, out. /dez. 2000.

VIEIRA, M. M. F.; PEREIRA, B. N. Estudos etnográficos em Administração. In: VIEIRA, M. M. F.; ZOUAIN, D. M. Pesquisa qualitativa em Administração: Teoria e prática. Rio de Janeiro: FGV. 2005. p. 223-237.

YIN, Robert K. Estudo de caso: planejamento e métodos. 3ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

Denominação: Turismo Cultural e Histórico

Área de concentração: Turismo e Hotelaria

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Desenvolver o saber do Turismo aliado a aspectos histórico-culturais, por meio da atuação e aplicação na realidade das organizações da área de abrangência da universidade.

EMENTA:

O turismo no processo de globalização; Turismo, lazer e ambiente; Educação patrimonial; Turismo como cultura; Patrimônio cultural como potencialidade para o turismo; Etnias e diversidade cultural; Religião e cultura; Modernidade e cultura; Visitas de campo/técnicas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BARRETTO, Margarita. Turismo e legado cultural. 5ª ed. Campinas: Papirus, [?].

SERRANO, Célia M Toledo; BRUHNS, Heloisa T. Viagens à natureza: turismo, cultura e ambiente. 6ª ed. Campinas: Papirus, [?].

Denominação: Turismo Rural

Área de concentração: Agronegócio Seminário de Turismo e Hotelaria

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Desenvolver o saber do Turismo Rural, por meio da atuação e aplicação na realidade das organizações da área de abrangência da universidade.

EMENTA:

Conceitos de turismo rural; Segmentação de mercado; Produção turística no meio rural; Aspectos econômicos e sociais no meio rural; Impactos ambientais; O meio rural e novas perspectivas; Valorização das comunidades locais; Sustentabilidade rural; Visitas de campo/técnicas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ALMEIDA, Joaquim A; FROELICH, Jose M; RIEDL, Mario. Turismo rural e desenvolvimento sustentável. 4ª ed. Campinas: Papirus.

RODRIGUES, Adyr A. Balastrieri. Turismo rural. São Paulo: Complexo, 2001.

Denominação: Gestão de Serviços Hospitalares

Área de concentração: Administração Hospitalar

Carga Horária: 60 h/a

Créditos - Total: 04

Créditos - Prática: 00

Créditos - Teórico: 04

OBJETIVOS:

Desenvolver os conceitos de planejamento , orçamento, controle de materiais, qualidade e recursos humanos hospitalar.

EMENTA:

Conceitos Organização e gestão hospitalar. Gestão da qualidade. Gestão orçamentária e financeira e de recursos humanos. Gestão da informação. Administração de matérias e patrimônio. Serviços gerais. Serviço de nutrição e dietética. Serviços de enfermagem. Serviço de farmácia. Serviços de apoio diagnóstico. Serviços médicos. Arquitetura e saneamento ambiental hospitalar.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BITTAR, Olimpio J. Nogueira V. Hospital : qualidade & produtividade. São Paulo: Sarvier, 1997.

MARTINS, D. Gestão financeira de hospitais. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2001

MAXIMIANO, Antonio César Amaru. Introdução à Administração. São Paulo. Atlas, 2000.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

MEZOMO, João catarin. Qualidade Hospitalar: Reinventando a Administração do Hospital. São Paulo: cedas, 1992

RIBEIRO, Augusta Barbosa de Carvalho. Administração de pessoal nos hospitais.. São Paulo: LTR, 1977.

9.5 Estágio Curricular Supervisionado**Denominação: Estágio Curricular Supervisionado**

Tipo: Ciclo Profissional

Carga Horária: 300 h/a

Créditos - Total: 10

Créditos - Prática: 10

Créditos - Teórico: 00

EMENTA:

O estágio curricular supervisionado tem como objetivo a complementação do ensino e da aprendizagem através da inserção do discente em atividades reais de vida

e trabalho em seu meio; A efetivação do estágio far-se-á através da permanência no lócus das instituições, onde será vivenciada uma gama de atividades práticas, peculiares da área de administração; interfaceadas com outras atividades de outros campos, preconizando a atitude interdisciplinar; Ao longo da disciplina deverão ser entregues relatórios parciais ao professor orientador; O relatório final culminará com a defesa pública do trabalho de estágio nos moldes de um trabalho de monografia.

OBSERVAÇÃO: ver determinações sobre o estágio em seção própria deste PPC.

10 ARTICULAÇÃO DE ENSINO COM PESQUISA, EXTENSÃO E PÓS-GRADUAÇÃO

Além do ensino, às tarefas da universidade somam-se a de pesquisa, que objetiva desenvolver e aprofundar o conhecimento acadêmico, e a extensão de difundir o conhecimento. A atividade de extensão é o instrumento que viabiliza a condução do conhecimento adquirido no processo de ensino e pesquisa.

A seguir, as linhas de pesquisa e programas de extensão, com seus projetos e atividades a serem desenvolvidos e em desenvolvimento pelo Colegiado de Administração:

10.1 Linhas e Projetos de Pesquisa

Estudos Estratégicos do Vale do São Francisco

Através do grupo de pesquisa Observatório Estratégico do Vale do São Francisco/Oevasf, esta linha dedica-se a estudos sócio-econômicos e estratégicos com o objetivo de coletar, gerar, manter e difundir informações estratégicas relativas ao submédio do Vale do Rio São Francisco.

Pesquisadores Associados:

Prof. Eduardo Tadayoshi Omaki, MSc. (Líder)

Prof. Edílson Pinheiro Araújo, MSc.

Prof. Valdner Ramos Daízio Clementino, MSc.

Estudo das Práticas em Gestão de Pessoas utilizados no Agronegócio

Esta linha de pesquisa objetiva estudar as práticas de Gestão de Pessoas utilizadas no Agronegócio.

Pesquisadores Associados:

Profa. Alvany Maria dos Santos Santiago, MSc. (Líder)

Profa. Liliane Caraciolo Ferreira MSc.

Gestão de Custos e Avaliação da Rentabilidade na Agroindústria

Esta linha de pesquisa tem por objetivo estudar temas associados à gestão de custos e avaliação da rentabilidade na agroindústria no vale do São Francisco.

Pesquisadores Associados:

Prof. Edílson Pinheiro Araújo, MSc. (Líder)

Gestão de Serviços

Esta linha de pesquisa tem por objetivo estudar estratégias de serviços que poderão ser implementadas nos mais diversos setores econômicos. Os tópicos dos estudos serão voltados às: particularidades dos serviços, estruturação das estratégias de serviços, adequação ao sistema organizacional, implementação e operacionalização de estratégias de serviços. Após o levantamento destas estratégias os dados poderão ser oferecidos aos setores interessados por meio de palestras, workshops e treinamentos.

Pesquisadores Associados:

Prof. Arcanjo Ferreira Neto, MSc. (Líder)

Profa. Tarina Unzer Macedo, MSc.

Gestão e Desempenho do Agronegócio.

Esta linha de pesquisa dedica-se ao estudo da administração, gestão financeira e economia de organizações de agronegócio e dos sistemas agroindustriais.

Pesquisadores Associados:

Profa. Liliane Caraciolo Ferreira, MSc. (Líder)

Profa. Alvany Santiago, MSc.

Prof. Valdner Daízio Ramos Clementino, MSc.

Projetos no Agronegócios

Esta linha de pesquisa dedica-se ao estudo dos mecanismos, normalização e dos processos de certificação da qualidade na agricultura; qual o impacto gerado, pelo processo de certificação, junto aos micro e pequenos produtores da região; a análise sócio-econômica que esta barreira não tarifária tem sobre os produtores da região do Vale do São Francisco.

Pesquisadores Associados:

Prof. Valdner Daízio Ramos Clementino, MSc. (Líder)

Prof. Eduardo Tadayoshi Omak, MSc.

10.2 Programas e Atividades de Extensão**Atividades gerais de extensão:**

Estágios, monitorias, bolsa trabalho para discentes carentes, participação em núcleos de estudo, empresa júnior, organização ou participação em eventos, participação em prêmios, congressos e outros.

Programa: Boas Práticas de Gestão

O programa tem como objetivo colocar em debate os problemas que norteiam as empresa situadas no Vale do São Francisco, dando ênfase à capacitação e aperfeiçoamento das práticas de gestão desenvolvidas pelas empresas.

Associados ao Programa:

Prof. Valdner Daízio Ramos Clementino, MSc. (Líder)

Prof. Eduardo Tadayoshi Omaki, MSc.

Atividade: Projeto: “Simpósio de Gestão Empresarial UNIVASF”

Realizado em parceria com o SEBRAE-Petrolina e/ou outros órgão de fomento, o simpósio prevê a realização de palestras e mesas redondas, onde empresários, técnicos, alunos, representantes da sociedade e dos órgãos de apoio apresentarão suas contribuições e posições e buscarão em conjunto alternativas viáveis e indicações sobre os temas abordados durante o evento. Após a realização deste evento serão publicados artigos sobre os temas e discussões abordados.

Programa: Café Cultural

O Café Cultural busca promover um espaço para a divulgação de idéias e o debate acerca de aspectos históricos, sócio-culturais, psicológicos e filosóficos relevantes para o entendimento da condição humana, buscando envolver a comunidade acadêmica e a sociedade como um todo em um contínuo processo de reflexão sobre os principais aspectos ontológicos e epistemológicos do homem como sujeito histórico-existencial.

O projeto consiste basicamente em uma série de encontros quinzenais entre pessoas interessadas na discussão e desenvolvimento de determinados temas, correntes de pensamento, autores ou obras que versem sobre importantes nuances da condição humana.

Associados ao Programa:

Prof. Arcanjo Ferreira de Souza Neto, MSc.

Prof. Emiliano Unzer Macedo, MSc.

Profa. Liliane Ferreira Caraciolo, MSc.

Prof. Paulo Roberto Ramos, MSc.

Programa: Empreendedorismo

O Brasil tem peculiaridades sócio-culturais que influenciam o comportamento empreendedor e que remete ao nosso passado histórico. Uma análise comparativa entre as características do empreendedorismo e a cultura brasileira será analisada e discutida com a sociedade, com vista a difundir o conhecimento já existente e ao mesmo tempo identificar novos aspectos que remete ao comportamento empreendedor.

Associados ao Programa:

Prof. Valdner Daízio Ramos Clementino, MSc. (Líder)

Profa. Alvany Santiago, MSc.

Profa. Liliane Caraciolo Ferreira, MSc.

Profa. Tarina Unzer Macedo, MSc.

Atividade

Projeto: “Entendendo o que é ser empreendedor”. As dúvidas levantadas serão discutidas em forma de seminários e palestras com alunos do ensino médio, que terá com subsídio uma pesquisa de campo, histórica e bibliográfica sobre o tema.

O projeto Empreender para mudar tem como objetivo geral aumentar o protagonismo infanto-juvenil por meio do desenvolvimento de sua capacidade empreendedora, visando o desenvolvimento local sustentável, e como objetivos específicos: incentivar e promover a criação, realização e adaptação de sonhos em todas as etapas da vida dos estudantes da faixa entre 4 a 16 anos; desenvolver a capacidade empreendedora coletiva e não individual de estudantes do ensino básico e fundamental de escolas públicas; desenvolver a capacidade sustentável por meio da geração de valores para a comunidade sob a forma de conhecimento, bem estar, liberdade, saúde, democracia, riqueza material e espiritual; propagar a cultura local através da discussão e disseminação coletiva; utilizar os membros das comunidades locais para promover a discussão de temas que necessitam melhoria e preparar os alunos para participar ativamente da construção do desenvolvimento social, através

da cooperação, cidadania e da geração e (principalmente) da distribuição de renda, conhecimento e poder, com vistas à melhoria de vida.

Programa: Geração de Emprego e Renda em Petrolina

Associados ao Programa:

Profa. Liliane Caraciolo Ferreira, MSc. (Líder)

Profa. Dra. Lúcia Marizy Souza Ribeiro de Oliveira

Prof. Afonso Henrique Novaes Menezes

Prof. Francisco Ricardo Duarte

Atividade: Projeto “Geração de Emprego e Renda para pessoas em situação de prostituição”

Programa: Gestão Financeira

O objetivo deste programa é promover a realização de eventos, cursos, mini-cursos, palestras e mesas redondas, para capacitação e discussão de temas de gestão financeira e rentabilidade, direcionados para empresários, técnicos, alunos, cidadãos, representantes da sociedade e de órgãos de apoio.

Associados ao Programa:

Prof. Edílson Pinheiro Araújo, MSc. (Líder)

Prof. Valdner Daízio Ramos Clementino, MSc.

Programa: Socialização da educação em línguas estrangeiras

O objetivo central deste programa de extensão é disponibilizar e socializar o ensino de outros idiomas. O público alvo deste projeto são pessoas que são socialmente e economicamente carentes da região de Petrolina e Juazeiro e que não tem condições financeiras de patrocinar um estudo de idiomas particular. As aulas de idiomas podem ser oferecidas por professores e discentes da UNIVASF e/ou instituições de ensino particulares que tiverem convênios com a UNIVASF.

Associados ao Programa:

Profa. Tarina Unzer Macedo, MSc. (Líder)

Atividade: Projeto de Língua Estrangeira aos Discentes UNIVASF

Projeto: “Idioma para todos”. O projeto tem como objetivo disponibilizar estudos

sobre a língua estrangeira a alunos da UNIVASF que são economicamente e socialmente carentes. As primeiras turmas serão oferecidas pelo Centro de Línguas Estrangeiras – CCAA, que esta realizando uma parceria com a UNIVASF e o Colegiado do curso de Administração. A parceria se concretiza em forma de troca de serviços entre ambas as partes sendo as responsabilidades distribuídas da seguinte maneira: UNIVASF e o curso de Administração – oferecerá treinamentos em serviços, e a empresa CCAA oferecerá material didático e um professor para lecionar uma língua estrangeira. Pretende-se que a cada semestre o projeto expanda criando outras parcerias com empresas prestadoras de serviço que necessitem auxílio no melhoramento de suas técnicas de serviço.

Programa: Gestão de resíduos sólidos

Estudos e projetos nas áreas de redução, reaproveitamento e reciclagem de resíduos sólidos realizados em parcerias com outras instituições – governamentais e não governamentais e público envolvido.

Associados ao Programa:

Profa: Alvany Santiago, MSc. (Líder).

Profa. Liliane Caraciolo Ferreira, MSc.

Programa: Identidade cultural do Vale do São Francisco

Este projeto tem por objetivo geral fortalecer a imagem do Arranjo Produtivo Local – APL da Vitivinicultura como elemento da identidade do Semi-Árido. Pretende-se atingir os seguintes resultados: difusão do conhecimento sobre os valores culturais do APL em 50% das associações/cooperativas de produtores de uva e derivados; inserção da temática sobre a uva/vinho em temas transversais dos Parâmetros Curriculares Nacionais, atingido no mínimo 50% das escolas no eixo do APL da Vitivinicultura e absorção da cultura do consumo da uva e seus derivados nos cardápios das instituições (escolas, hospitais, bancos, e eventos governamentais,)

Associados ao Projeto:

Profa. Alvany Santiago, MSc. (Líder).

10.3 Pós-Graduação

É notório que o atual mercado de trabalho exige profissionais com perfil reflexivo e de formação especializada, mas sem abrir mão dos benefícios de uma visão multidisciplinar. Assim sendo, a educação continuada e a compreensão sócio-

histórica da construção de conhecimentos especializados permite aos profissionais o acesso a postos de trabalho diferenciados no âmbito organizacional, bem como a possibilidade de criação e desenvolvimento de empresas competitivas e sustentáveis. Considerando, pois, a necessidade de formação continuada dos profissionais da área de gestão, bem como as potencialidades associadas à região do Vale do São Francisco, o Colegiado Acadêmico de Administração planeja, para os próximos anos, a realização de um curso de pós-graduação lato sensu de especialização em tecnologia de gestão empreendedora. Tal curso, a ser desenvolvido em parceria com professores do Departamento de Ciências Administrativas da Universidade Federal de Pernambuco, visa propiciar aos participantes (diretores e gerentes de empresas, empreendedores em formação, professores universitários, graduados em áreas diversas com interesse em gestão) conhecimentos e reflexões relativos ao desenvolvimento de competências empreendedoras para a utilização de tecnologias de gestão, a importância do processo empreendedor com a perspectiva organizacional e sua contribuição na busca de vantagem competitiva e responsabilidade social do negócio.

Considera-se também a possibilidade de realização de outras parcerias, inclusive com organizações não-educacionais para a realização dos chamados cursos in company, que viabilizem a oferta de novos cursos de pós-graduação que venham auxiliar no preenchimento da lacuna de conhecimentos especializados apresentada por profissionais e organizações da região. Parcerias também são planejadas para o oferecimento de cursos de pós-graduação Stricto Sensu, nas modalidades de Mestrado Interinstitucional (MINTER) e Doutorado Interinstitucional (DINTER). Saliencia-se que tais cursos, além de servirem como educação continuada para os egressos dos cursos de graduação da Univasf e demais instituições de ensino superior da região, poderão servir notadamente os de Stricto Sensu, para o desenvolvimento de competências dos próprios professores do Colegiado Acadêmico de Administração, bem como de outros colegiados acadêmicos da Univasf.

10.4 Incentivo à Pesquisa e Extensão

Diante do reconhecimento da atividade de pesquisa como necessário prolongamento da atividade de ensino e como instrumento para a iniciação científica, o Colegiado Acadêmico de Administração, por intermédio da pró-reitoria de pesquisa e pós-graduação, viabiliza aos discentes e docentes do curso a oportunidade de realização de projetos de pesquisa. Como incentivo a tal atividade, a obtenção de bolsas de iniciação científica (componentes do PIBIC) e de financiamentos para a execução dos projetos é articulada junto a órgãos de fomento à pesquisa, tais como CNPq, FAPESB; FACEPE, etc. Tendo em vista que os recursos e fomentos são limitados, mas não se desejando tolher a curiosidade e o gosto pelo saber, também é

estimulada a participação de discentes como bolsista de iniciação científica voluntário (os quais integram o PIVIC). Salienta-se que diversos discentes e a maior parte dos docentes do curso já foi contemplada com alguma forma de incentivo à pesquisa. Por fim, cabe mencionar que existe ainda a possibilidade dos docentes se engajarem no programa institucional de bolsas de iniciação científica júnior, o qual visa incentivar a introdução de estudantes do ensino médio no mundo das investigações científicas.

De modo análogo, o Colegiado Acadêmico de Administração, por intermédio da pró-reitoria de integração, viabiliza aos discentes e docentes do curso a realização de projetos de extensão. Como incentivo à participação dos primeiros nessa fundamental atividade universitária, são oferecidas bolsas de integração (as quais compõem o PIBIN). Também é estimulada a participação de bolsistas voluntários.

11 PRÁTICAS INOVADORAS

Considerando a necessidade de se operacionalizar a indissociabilidade das atividades de ensino, pesquisa e extensão, a UNIVASF se propõe inovadora sob o ponto de vista acadêmico e pedagógico por introduzir na sua concepção, como atividade curricular de todos os cursos, a contemplação de cargas horárias nos Núcleos Temáticos Multidisciplinares e nas Disciplinas Eletivas, em um percentual mínimo obrigatório para integralização dos currículos pleno.

11.1 Disciplinas de Tópicos Especiais

As disciplinas de Tópicos Especiais estabelecidas pelo colegiado do curso de administração levam em consideração a vocação regional, as temáticas emergentes e relevantes e visam o aprofundamento em tópicos específicos de áreas de concentração da ciência da administração e de áreas complementares.

Com carga horária mínima obrigatória para integralizar o currículo pleno determinada pelo colegiado do curso, são de livre escolha do discente, dentre as oferecidas a cada semestre letivo.

Do conjunto de disciplinas que compõe os tópicos especiais, o colegiado acadêmico do curso decidirá com, no mínimo um semestre de antecedência, aquelas que serão efetivamente ofertadas em determinado semestre letivo. Para a definição de tal oferta, os alunos habilitados a cursarem tais créditos serão consultados sob as disciplinas de sua preferência. Contudo, a ordem de preferência não garante automaticamente que determinada disciplina seja ofertada, posto que o colegiado acadêmico deva observar também a disponibilidade de professores para lecioná-las.

11.2 Disciplinas Eletivas

As disciplinas eletivas visam proporcionar aos discentes a possibilidade de formação multidisciplinar, dentre as diversas áreas de conhecimento oferecidas pela universidade. Tais disciplinas são de livre escolha do discente. Entretanto, ele é obrigado a cumprir a carga horária mínima de disciplinas eletivas determinada pelo colegiado do curso, em concordância com as diretrizes da UNIVASF, para a obtenção do título de Bacharel.

As disciplinas eletivas são regulamentadas pelas normas de funcionamento da UNIVASF, e são ministradas em cursos diversos ao de Administração.

11.3 Disciplinas Optativas

As disciplinas optativas, de caráter não obrigatório, possibilitam aos discentes a escolha de formação complementar visando o enriquecimento do seu conhecimento. Elas são regulamentadas pelas normas de funcionamento da UNIVASF, SEÇÃO VI artigos 23, 24, 25 e 26.

11.4 Núcleos Temáticos

A UNIVASF traz uma proposta inovadora em sua estrutura curricular: o núcleo temático. Definido em Estatuto como atividade obrigatória, o núcleo temático possui caráter prático que visa o estudo, a pesquisa e a aplicação do conhecimento integrado, voltado para o encaminhamento e a solução de questões socioeconômicas, ambientais, culturais, científicas e/ou tecnológicas. Uma atividade acadêmica que busca integrar, portanto, a tríade ensino/pesquisa/extensão, que garante a sustentabilidade e função social da Universidade.

A regulamentação dos núcleos temáticos é atribuição do Conselho Universitário, conforme normas de funcionamento da UNIVASF.

11.5 Estágio Curricular Supervisionado

O estágio curricular supervisionado tem como objetivo a complementação do ensino e da aprendizagem. Instrumento de integração entre o ensino teórico e a prática, de aperfeiçoamento técnico-cultural, científico e de relacionamento humano, o Estágio Curricular Supervisionado é, assim, etapa obrigatória à obtenção do título de bacharel em administração.

O estágio curricular é toda atividade de aprendizagem social, profissional e/ou cultural, proporcionada ao estudante pela sua participação em situações reais de vida e/ ou trabalho, sendo realizada sob a responsabilidade e coordenação da UNIVASF.

O campo de estágio é qualquer pessoa jurídica de direito Privado, órgãos da Administração Pública e instituições das Sociedades organizadas, reconhecidas pela UNIVASF como capacitadas para receberem estudantes para a realização de estágio curricular.

Os alunos poderão realizar o seu estágio nas seguintes áreas: Financeira; Mercadológica; Gestão de Pessoas; Organizações, Sistemas e Métodos; Administração Rural e de Cooperativas; Hoteleira, Hospitalar; Orçamentária; Pública Administração de materiais e logística;

Composição das atividades de estágio:

- a) Assinatura do termo de compromisso celebrado entre o estagiário e o campo de estágio;
- b) Plano de estágio desenvolvido pelo professor orientador e o aluno;
- c) Acompanhamento e supervisão do professor orientador junto às instituições privadas ou públicas durante a realização do estágio;
- d) Conclusão do estágio com a entrega pelo estagiário do relatório de atividades desenvolvidas.

O estágio Curricular Supervisionado é regulado pela Lei nº. 6494 de 07/12/1977; pelo Decreto nº. 87497 de 18/08/82 e pelas Normas de funcionamento da UNIVASF (ver. seção VII artigos 27, 28, 29, 30 e 31), e deverá seguir as seguintes diretrizes:

- Ao cursar, com aprovação, 70% da carga horária do curso e as disciplinas do bloco de formação profissional básica o discente torna-se apto ao estágio curricular supervisionado;
- O discente obterá o título de Bacharel em Administração somente após a conclusão de todos os procedimentos do estágio supervisionado;
- O discente deverá integralizar 300 (trezentas) horas de estágio supervisionado;
- O conteúdo e as atividades do estágio curricular supervisionado deverão ser condizentes com atividades profissionais do curso de administração;
- O colegiado do curso de Administração designará dentre seus membros um professor coordenador de estágio curricular supervisionado;
- A orientação, avaliação e acompanhamento do estágio deverão ser realizados pelo professor coordenador de estágio, que poderá delegar estas funções a um professor orientador do curso de administração;
- As atividades de estágio curricular supervisionado poderão ser reorientadas, ou mesmo interrompidas durante a sua vigência, a critério do coordenador de estágio ou orientador designado, caso contrariem os objetivos e a pertinência do estágio.
- A avaliação do estágio curricular supervisionado será feita mediante relatório de estágio ou monografia, ficando a cargo do discente optar por uma ou outra forma.
- As regras de funcionamento, avaliação e equivalências serão regulamentadas por meio de resolução própria, aprovada pelo colegiado de Administração.

12 ATIVIDADES OU RECURSOS DE COMPLEMENTAÇÃO AO CURRÍCULO

Para a consecução dos objetivos desse projeto político pedagógico o Colegiado de Administração da UNIVASF prevê a implantação da seguinte infra-estrutura:

12.1 Salas de aula

O Curso de Administração da UNIVASF contará com 12 salas de aula climatizadas e com isolamento acústico, com capacidade para 60 pessoas cada. Todas as salas possuirão carteiras com braço flexível, mesa e cadeira para professor, quadro branco, cortinas, mural para avisos, retro-projetor, tela para projeção e ponto de rede com acesso à Internet.

12.2 Sala da coordenação

Com vistas à realização de atividades administrativas, a coordenação do curso terá a disposição 1 sala climatizada e com isolamento acústico, contando com 2 birôs com cadeiras tipo digitador, 2 microcomputadores com acesso à Internet, 1 mural para avisos, 1 impressora em rede, 1 aparelho telefônico, 1 aparelho de fax, 1 máquina para fotocópias, 1 scanner, 2 armários (sendo 1 para arquivo), 1 mesa redonda com 4 cadeiras estofadas e 1 suporte para água mineral. Na ante-sala, estará localizada a mesa da secretária da coordenação, com 1 cadeira tipo digitador, 1 microcomputador com acesso à Internet, 1 aparelho telefônico e 2 cadeiras estofadas.

12.3 Sala de reuniões do colegiado acadêmico

Para as deliberações do colegiado acadêmico e outras reuniões com terceiros, prevê-se uma sala climatizada e com isolamento acústico com capacidade para 20 pessoas, contando com mesa de madeira e cadeiras estofadas, ponto de acesso à Internet e tela de projeção.

12.4 Sala dos professores

Os professores estarão alocados em sala climatizada e com isolamento acústico, contando com divisórias móveis (de 2,20 m de altura e porta), 1 impressora em rede, 1

aparelho telefônico, 2 murais para aviso e 1 suporte para água mineral. Cada professor terá à disposição 1 birô com cadeira tipo digitador, 2 cadeiras estofadas, 1 armário e 1 microcomputador com acesso à Internet. Na ante-sala, estará localizada a mesa da secretária do curso, com 1 cadeira tipo digitador, 1 microcomputador com acesso à Internet, 1 aparelho telefônico e 2 cadeiras estofadas.

12.5 Recursos audiovisuais e multimídia

Para auxílio no desenvolvimento das atividades didáticas, os professores do curso terão à disposição 3 TVs de 29 polegadas (com suporte móvel), 3 aparelhos de DVD, 1 aparelho de videocassete, 2 aparelhos de som com CD, 4 notebooks e 4 canhões de projeção.

12.6 Anfiteatro

Para a realização de encontros, simpósios, seminários, palestras e outros eventos congêneres, prevê-se um anfiteatro climatizado com capacidade para 120 pessoas, contando com sistema de som (caixas acústicas, microfone, amplificador e mesa de som), 1 tela para projeção e 1 mesa retangular com 6 cadeiras estofadas.

12.7 Laboratório de informática

Para a realização de suas atividades acadêmicas, os discentes do curso terão à disposição um laboratório climatizado com capacidade para 80 pessoas, contando com 40 microcomputadores ligados em rede à Internet e 1 impressora também ligada em rede. O laboratório funcionará em período integral e os discentes terão o apoio de 1 aluno monitor em cada turno.

12.8 Laboratório de práticas empresariais

Como ferramenta de apoio didático, os discentes e docentes terão à disposição um laboratório de práticas empresariais climatizado, equipado com 1 canhão de projeção, 1 tela para projeção, 1 quadro branco, 1 microcomputador, 1 impressora ligada em rede e 1 armário com duas portas. A sala contará ainda com 8 baias. Cada baia contará com 1 mesa redonda com 5 cadeiras estofadas, 1 mesa retangular, 1 cadeira tipo digitador e 1 microcomputador com acesso à internet.

12.8.1 Previsão de Uso Semestral do Laboratório de Práticas Empresariais

Semestre	Disciplinas com potencial para utilização do laboratório de práticas empresariais	Quantidade prevista de alunos
1º	Introdução à Administração	50
2º	Comunicação Empresarial	50
3º	Contabilidade para Administração I	50
3º	Processos Psicossociais do Trabalho	50
4º	Comportamento Organizacional	50
4º	Contabilidade para Administração II	50
4º	Marketing I	50
4º	Sistemas Organizacionais	50
5º	Administração da Produção e Operações	50
5º	Gestão de Pessoas I	50
5º	Marketing II	50
5º	Processo Decisório	50
6º	Administração de Materiais	50
6º	Administração Financeira I	50
6º	Gestão de Pessoas II	50
6º	Metodologia de Pesquisa em Administração	50
6º	Tecnologia e Sistemas de Informação	50
7º	Administração Financeira II	50
7º	Cultura, Inovação e Mudança Organizacional	50
7º	Pesquisa Operacional	50
8º	Análise de Investimentos	50
8º	Empreendedorismo	50
8º	Gestão da Qualidade	50
8º	Teoria dos Jogos	50
9º	Administração de Projetos	50
9º	Estratégia Empresarial	50
9º	Logística	50
7º	Núcleo Temático Multidisciplinar	50
7º- 9º	Tópicos Especiais	60
	Total	1460

12.9 Sala da UNIVASF Júnior

Para a realização das atividades da UNIVASF Júnior projeta-se uma sala climatizada contendo 1 birô com cadeira tipo digitador, 1 mesa redonda com 4 cadeiras estofadas, 1 microcomputador com acesso à internet, 1 impressora, 1 scanner, 1 aparelho telefônico, 1 aparelho de fax, 1 armário com duas portas, 1 mural para avisos e 1 suporte para água mineral.

12.10 Sala da representação estudantil

Para auxílio nas atividades de representação discente, prevê-se uma sala climatizada contendo 1 mesa com 4 cadeiras estofadas e 1 microcomputador em rede.

12.11 Biblioteca

Para o bom e pleno desenvolvimento das atividades acadêmicas do Curso de Administração da UNIVASF, prevê-se uma biblioteca com sistema de empréstimo automatizado, disponibilizando um acervo de aproximadamente 10.000 volumes (entre obras de referência e de empréstimo) em área adequadamente climatizada, contando com uma área individual e 4 salas de estudos em grupo com capacidade para 8 pessoas, bem como um conjunto de 6 microcomputadores com acesso à internet e de utilização exclusiva para fins de pesquisa em bases de dados técnico-científicas (com destaque para os serviços disponibilizados pela CAPES), bancos de dados de bibliotecas universitárias e similares. A referida biblioteca oferecerá o serviço de Comutação Bibliográfica – Comut, permitindo ao usuário a obtenção de cópias de artigos e teses existentes em outras bibliotecas do país. Destaca-se que a biblioteca deve possuir assinatura das principais revistas nacionais e internacionais da área de administração e funcionar em período integral.

12.12 Área de lazer e circulação

Nas dependências da unidade acadêmica, os discentes terão acesso a lanchonetes. Além disso, projeta-se um ginásio poli-esportivo destinado a trabalhos de socialização e prática de esportes.

12.13 Serviços de Apoio

É importante registrar que os serviços de apoio existentes ainda estão em fase de consolidação e implantação. Já se pode pontuar a existência do serviço de apoio ao discente que presta todo tipo de atendimento ao estudante, sobretudo no que diz respeito a parte funcional da vida acadêmica. Além desse serviço de apoio, existe a própria organização estudantil, em forma de Diretórios Acadêmicos e Diretório Central, que contribuem com a formação política e democrática dos alunos, promoção de eventos culturais e científicos.

13 CORPO DOCENTE

O Curso de Administração, bem como toda a UNIVASF, está em processo de implantação tanto do seu PPC quanto do seu quadro de docentes e técnicos. Atualmente o Curso conta com por treze (13) professores e tem projeto de ampliação por meio de futuros concursos públicos, tal como rege a lei, a depender da disponibilidade orçamentária e autorização do Ministério da Educação.

A seguir o quadro de Docentes, suas titulações, regime de trabalho e demais informações.

Docente	Titulação	Área de conhecimento da titulação	Regime de trabalho
Abdinardo Moreira Barreto de Oliveira	Mestre	Administração	D. E.
Alvany Maria dos Santos Santiago	Mestre	Administração	D. E.
Arcanjo Ferreira de Souza Neto	Mestre	Administração	D. E.
Ariadne Scalfoni Rigo	Mestre	Administração	D. E.
Deranor Gomes de Oliveira	Especialista	Administração Rural	D. E.
Edílson Pinheiro de Araújo	Mestre	Desenvolvimento econômico	D. E.
Eduardo Tadayoshi Omaki	Mestre	Administração	D. E.
Emiliano Unzer Macedo	Doutor	História Social	D. E.
Liliane Caraciolo Ferreira	Mestre	Administração e Comunicação Rural	D. E.
Luiz Antônio Costa de Santana	Especialista	Direito	20H
Renato de Sá Teles	Mestre	Matemática Aplicada	D. E.
Tarina Unzer Macedo	Mestre	Gestão Hoteleira e Planejamento Turístico	D. E.
Valdner Daízio Ramos Clementino	Mestre	Desenvolvimento econômico	D. E.

Como em todos os cursos da UNIVASF, o colegiado de administração conta com o apoio dos demais colegiados acadêmicos na disponibilização de docentes e no compartilhamento e infra-estruturas diversas. Na graduação em Administração, o discente terá aulas e atividades com vários outros colegiados, em particular com os colegiados de Engenharia de Produção e Psicologia, com os quais há maior afinidade de áreas de conhecimento.

14 RECURSOS HUMANOS ENVOLVIDOS NO PP (DO CURSO)

O curso contará com suporte de servidores técnico-administrativos disponibilizados pela administração superior que será encarregado de apoiar a execução das deliberações do colegiado e da coordenação.

Igualmente, os laboratórios e instalações físicas compartilhadas pelo curso irão receber o apoio de técnico-administrativos da estrutura da UNIVASF.

15 PROCESSOS DE AVALIAÇÃO

15.1 Processo de Avaliação do Curso

O processo de avaliação do curso deve ser construído em conjunto no colegiado, procurando identificar erros e acertos, redefinindo ações e metas, objetivando o melhoramento contínuo. A avaliação deve ser vista como um instrumento de construção e não de punição.

Instrumentos de avaliação:

- a) Interna: no âmbito do colegiado, os docentes irão discutir as suas dificuldades e êxitos na sua prática pedagógica, buscando encontrar soluções para o melhoramento contínuo;
- b) Avaliação dos docentes pelos discentes: este instrumento é de grande importância, pois, o professor identificando as suas deficiências tomará as medidas corretivas necessárias;
- c) Avaliação do pessoal Técnico-administrativo: esta avaliação permitirá à coordenação averiguar a eficiência das atividades administrativas, construindo, em conjunto com os técnicos, ações que a serem implementadas para melhoria do funcionamento no núcleo de atendimento.

A Coordenação de Avaliação Interna do Curso de Administração está diretamente vinculada às orientações e os critérios de avaliação institucional desenvolvidos pela Comissão Permanente de Avaliação (CPA) da UNIVASF.

A auto-avaliação se constitui um processo no qual um curso analisa como age e se comporta administrativamente e o que deseja atingir como missão. A auto-avaliação permanente desenvolverá uma cultura avaliativa na comunidade acadêmica, despertando um processo reflexivo nos atores envolvidos (docente; técnico-administrativo e discente).

15.2 Avaliação da Aprendizagem: Considerações Didáticas Sobre as Dimensões do Ser Humano

APRENDER A CONHECER:

Aprender a conhecer refere-se à interpretação e representação da realidade,

pela aprendizagem de conceitos, princípios, fatos, proposições e teorias, cultivando simultaneamente a visão global e contextualizante e o domínio de assuntos específicos da área de atuação do administrador.

O objetivo do aprender a conhecer é estimular o desenvolvimento do pensamento reflexivo e crítico mediante uma atitude de investigação e de organização do conhecimento.

O estímulo ao desenvolvimento da competência de interpretar e representar a realidade é propiciado pelas atividades lógico-rationais que mobilizam esquemas mentais como análise, crítica, comparação, classificação, argumentação, tomada de decisões e classificação de prioridades e relevâncias. Isto é, o discente deve ser provocado a observar, comparar, argumentar, questionar, organizar. Posicionar-se e estabelecer correlações.

APRENDER A SER:

Essa dimensão trabalha com conceitos de interdependência e inter-relacionamentos entre os seres. Envolve o aprofundamento dos conhecimentos sobre a rede de relações ecológicas, sociais, políticas, profissionais, mercadológicas, de comunicação, culturais afetivas, que demonstram a total interdependência entre os seres vivos, entre si e o seu ambiente.

O objetivo é estimular o conhecimento e o desenvolvimento das potencialidades individuais – de ser pessoa, de conviver e, principalmente, de ser criativo – por meio do auto-conhecimento e da capacidade de iteração com o grupo.

Alguns aspectos do processo de desenvolvimento da dimensão saber ser/conviver como:

Auto-conceito: Sugestões de procedimentos do educador:

- Propiciar o desenvolvimento da pró-atividade;
- Propiciar o desenvolvimento de atitudes no contato com o outro: flexibilidade, simplicidade, tolerância, coerência, interação etc.
- Propiciar o desenvolvimento de atitudes empreendedoras;
- Utilizar estratégias de resolução de problemas;
- Respeitar a individualidade dos discentes, utilizando somente técnicas e métodos que contribuam para valorizar o auto-conceito.

Pensar Criativo: o pensar criativo compreende a imaginação e a produção de um pensar próprio e original. Esse pensar é possibilitado pelo estímulo da comunicação simbólica não racional, com o auxílio de mitos, parábolas, lendas, imagens, músicas, projeções, jogos, imaginação prospectiva, paradoxo, pensamento simbólico, analógico e metafórico.

APRENDER A CONVIVER:

O processo de crescimento psicológica e tomada de consciência da subjetividade é um fenômeno cultural que se dá na interação grupal. A própria sociedade é constituída por um sistema de interações de grupos.

O trabalho cooperativo entre grupos de participantes destina-se a promover a troca de informações, de forma que haja uma negociação de idéias, baseada no conhecimento dos pontos de vista dos outros e na própria perspectiva, possibilitando novas interpretações e novas contribuições para o tema estudado.

Alguns procedimentos:

- Ouvir a maioria nas atividades com todo o grupo, estimulando a participação dos discentes;
- Estimular a cooperação, as parcerias e o compartilhamento de descobertas;
- Promover a liderança e a responsabilidade partilhadas;
- Preparar um clima propício às atitudes que favoreçam um bom ambiente social.

APRENDER A FAZER.

Aprender a fazer refere-se à aplicação do conhecimento na realidade, por meio de capacidade, habilidades e destreza. É o momento de transpor o conhecimento na vida cotidiana, aplicando para seu auto-desenvolvimento e evolução de sua empresa.

A operacionalização e o pragmatismo são as expressões dos conhecimentos contrapondo-se a dissociação teoria e a prática.

O objetivo é estimular a aplicação do conhecimento, habilidades e destrezas em uma prática projetada refletida e consciente, para a concretização do processo de atendimento das necessidades individuais, profissionais e societárias.

Algumas recomendações:

- Incentivar a capacidade empreendedora, a organização das rotinas diárias, apresentação de projetos, solução de conflitos, a resolução de problemas e o uso da informação para tomada de decisões;
- Envolver o aluno no seu processo de aprendizagem, de forma que ele aprenda a fazer fazendo;
- Encorajar os alunos à ação, pois o ambiente de laboratório incentiva as pessoas a assumirem riscos e a tomarem decisões.

15.3 A Avaliação Relacionada ao Processo de Aprendizagem

Compreende-se competência como faculdade de mobilizar conhecimentos/saberes, atitudes e habilidades/procedimentos para o desempenho satisfatório em diferentes situações de vida: pessoais, profissionais ou sociais. Nesse sentido, a

aprendizagem significa a demonstração da autonomia individual em relação ao uso dos saberes institucionalmente constituído para agir em situações previstas e não previstas, com rapidez, eficiência e eficácia, articulando conhecimentos tácitos e científicos a experiências de vida e de trabalho.

A aprendizagem, como processo de desenvolvimento de competências, envolve ações mais amplas e flexíveis que a aprendizagem focada em objetivos. O discente deve aprender a mobilizar saberes de deferentes naturezas e não reproduzir soluções-padrão. Como conseqüência, o propósito da avaliação consiste em permitir que aluno e educador verifiquem o progresso no desenvolvimento das competências, mediante a auto-avaliação e resolução de problemas em situações nas, e tomem as medidas que se fizerem necessárias para buscarem a excelência.

A diferença básica no processo de avaliação, em uma abordagem focada no desenvolvimento de competências, da avaliação no sistema tradicional é que naquela há tolerância maior para a expressão do estilo e do ritmo pessoal e temporal do aluno, pois diferentes saberes são por eles mobilizados. Não se cerceiam as possibilidades de soluções advindas da aprendizagem pela descoberta e há lugar para a inovação e criatividade, com isso, o discente adquire mais confiança em si mesmo, segurança, capacidade para enfrentar situações novas e autonomia para conduzir seus objetivos, desenvolvendo comportamentos empreendedores.

15.3.1 As Principais Questões

As principais questões a serem consideradas na avaliação da aprendizagem (desenvolvimento de competências) dizem respeito:

- Às finalidades da avaliação;
- Aos princípios que precisam ser considerados para planejar uma avaliação no processo de desenvolvimento de competências;
- Aos indicadores do desenvolvimento de competências;
- Aos procedimentos e atitudes do educador e
- Aos instrumentos para realizar uma avaliação processual da aprendizagem.

15.3.2 Das Finalidades da Avaliação da Aprendizagem

- Promover diagnóstico investigativo, dinâmico e contínuo para o aperfeiçoamento do processo educativo;
- Possibilitar um sistema de controle de qualidade, coletando dados para tomada de decisão, que assegurem a eficácia do processo;
- Contribuir para a formação continuada dos comportamentos empreendedores, utilizando a retroação, de forma que desenvolvam competências básicas nos aspectos cognitivos, procedimentais e atitudinais.

15.3.3 Dos Princípios do Processo Avaliativo da Aprendizagem

- Relação com a concepção educacional da instituição, com competências e com a metodologia utilizada na solução educacional;
- Integração da aprendizagem do discente com a intervenção do educador em uma avaliação dinâmica que propicie o desenvolvimento e aperfeiçoamento das competências;
- Contextualização das avaliações, com significado para o discente;
- Concepção da avaliação como movimento e dinamização do processo de construção do conhecimento;
- Concepção da avaliação como sendo processual, dinâmica, participativa, problematizadora e reflexiva, favorecendo o desenvolvimento dos aspectos cognitivos, atitudinal e aplicativo;
- Concepção da avaliação como procedimento investigativo e reflexivo que serve como ponto de partida para o acompanhamento do processo de construção do conhecimento;
- Conhecimento preciso da finalidade da avaliação;
- Estabelecimento de critérios relacionados às finalidades e às competências;
- Favorecimento da negociação e da autonomia do discente no gerenciamento de seu aprendizado;
- Percepção de que atividades utilizadas para desenvolver uma determinada competência podem também favorecer o desenvolvimento de outras competências, que não estavam planejadas;
- Uso diversificado de instrumentos e de modalidades de avaliação, incluindo a auto-avaliação.

15.3.4 Dos Indicadores de Desenvolvimento de Competências

- A avaliação do desenvolvimento de competências busca verificar a capacidade de discente no enfrentamento de situações concretas, sendo que o foco não é apenas a tarefa, mas na mobilização e articulação dos saberes que o discente dispõe. Esses saberes se referem ao saber conhecer, saber ser/conviver e saber fazer relacionado a uma determinada situação e implicam desenvolvimento autônomo, assumir responsabilidades, demonstrar uma postura crítica e criativa. Assim a avaliação assume o papel de auxiliar no próprio ato de aprender.

15.3.5 Dos Procedimentos do Educador

- Abrir espaço para o diálogo e a negociação, na busca de melhores caminhos

- para o desenvolvimento das competências;
- Propor avaliação mediadora, com estratégias adequadas ao perfil do grupo e de cada discente;
 - Propiciar um clima agradável, de maneira que os discentes realizem atividade de avaliação como um instrumento o qual podem expressar-se livremente, mostrando idéias e demonstrando suas competências;
 - Estabelecer critérios, isto é, determinar as condições em que a competência será avaliada;
 - Comunicar critérios que serão considerados em cada atividade de avaliação de forma clara;
 - Verificar a utilidade, a viabilidade, a precisão e a ética na formulação das questões de avaliação do desenvolvimento das competências;
 - Direcionar, a partir de dados obtidos, a sua intervenção e;
 - Investigar a avaliar a todo instante o seu trabalho, a sua ação educativa.

15.3.6 Dos Instrumentos para Realizar a Avaliação Mediadora Processual da Aprendizagem

- Os instrumentos e os procedimentos são utilizados como meios para obtenção de informações sobre o andamento do processo de aprendizagem dos discentes. Recomenda-se, então, a utilização de uma variedade de instrumentos de avaliação adequados à diversidade e natureza das aprendizagens que se pretendem promover e que permitam apreciar a evolução dos discentes.

15.3.7 Instrumentos de Avaliação Alternativos

- Observação intencional e sistemática: Ação e verbalização dos discentes. Envolve a organização de dados e informações sobre atitudes dos discentes em trabalhos e dinâmicas de grupo. Esses dados podem ser registrados no “dossiê individual do aluno”. O instrumento terá validade somente se for o ponto de partida para um feedback do educador, que explicita ao aluno o que precisa ser melhorado para aperfeiçoar as dificuldades apresentadas naquela situação.
- Auto-avaliação: Compreende-se a auto-avaliação como um momento, intencionalmente educacional e formativo, que valoriza a palavra do discente, reconhecendo-os com expert de sua própria realidade. A auto-avaliação é um processo qualitativo que promove mudança na cultura avaliativa e possibilita a formação de valores essenciais para o desenvolvimento pessoal.
- Seminários.
- Visitas técnicas.

- Oficinas.
- Debate.
- Feiras.
- Palestras.
- Provas escritas.
- Trabalhos.
- Pesquisas.

16 IMPLEMENTAÇÃO DO PP

A UNIVASF é uma universidade em implantação. Embora tenha sido fundada há quatro anos, sua estruturação física e operacional só iniciou de fatos há dois anos.

As atividades iniciais de ensino foram possíveis graças ao apoio de instituições como o CEFET-Petrolina/PE, que cedeu parte de suas instalações para os primeiros semestres de aula dos cursos de Administração, Enfermagem, Medicina, Psicologia e Zootecnia, e a Fundação Museu do Homem Americano, em São Raimundo Nonato – PI, para as aulas do curso de Arqueologia e Preservação Patrimonial.

Neste curto tempo de vida, muitas etapas dos projetos de infra-estrutura física já foram realizadas e outras estão em fases de construção, licitação e projeto. Sua implantação recente e a atuação multicampi em vários estados do nordeste brasileiro aumentam significativamente as dificuldades e necessidades de planejamento, desenvolvimento e gestão da infra-estrutura da UNIVASF, razões pelas quais as estratégias e ações conjuntas e colaborativas de todos os órgãos administrativos superiores são de extrema importância.

A implementação e das propostas concernentes a este Plano Político Pedagógico do Curso dar-se-ão subordinadas e conjuntamente com o crescimento e desenvolvimento da UNIVASF, tanto em termos de infra-estrutura física quanto contratação de docentes e servidores técnico-administrativos, e são dependentes de disponibilidade orçamentária, conforme legislação pertinente.

Cronograma

Etapa	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Contratação e complementação do quadro docente							
Início das atividades acadêmicas da UNIVASF							
Construção das instalações físicas definitivas							
Início das atividades em sede própria							
Início do processo de avaliação institucional							
Formação da Primeira turma de graduação							
Re-avaliação periódica do PPC							

17 ACOMPANHAMENTO DO PP

O Colegiado Acadêmico de Administração, bem como as comissões e comissionados indicados pelas Pró-reitorias de Ensino, Pesquisa e Integração, irão instituir, conforme suas áreas de competência, metodologias de acompanhamento e avaliação da implementação dos PPCs. .

No âmbito do Colegiado Acadêmico, sob a presidência da coordenação, o corpo docente do colegiado irá acompanhar a implementação do presente PPC, apresentando em suas reuniões ordinárias o estado da implementação e as necessidades futuras de adequação ao PPC, indicando representantes ou comissões conforme necessidades de acompanhamento específicas surjam.

Bienalmente ou extraordinariamente em caso de demanda imperativa inadiável, o PPC será completamente reavaliado pelo colegiado de curso em termos de eficiência e eficácia no alcance de seus objetivos e de adequação e atualização de sua estrutura e conteúdo, bem como o processo e estado de sua implementação.

18 ESTRUTURA ADMINISTRATIVA DO COLEGIADO DE ADMINISTRAÇÃO

Em conformidade com o Título II, seção V, art 40º, parágrafo 3, o colegiado acadêmico é o órgão deliberativo de base, em matéria administrativa, didático curricular, disciplinar e, congregará docentes para objetivos em comum de ensino e da formulação das atividades multidisciplinares do curso.

18.1 Diretrizes

Devida à estrutura administrativa ser descentralizada e reduzida, o Colegiado Acadêmico tem maior autonomia sobre as decisões de planejamento, execução, controle e avaliação das atividades de ensino, pesquisa e extensão vinculadas a ele.

O Colegiado segue as seguintes diretrizes:

- Cabe ao colegiado do curso o planejamento, controle e avaliação das atividades de ensino, pesquisa e extensão vinculadas a ele;
- O colegiado deverá ser reunir ordinariamente para deliberar uma vez por mês;
- O coordenador ou seu substituto legal poderá convocar reuniões extraordinárias em matéria de urgência ou extrema importância, decorrentes de condições especiais de recursos ou tempo;
- A convocação de reuniões extraordinárias poderá ser solicitada ao coordenador mediante solicitação de maioria simples dos membros do colegiado ou por um docente, em matéria de urgência;
- O prazo mínimo para convocação de reuniões é de dois dias úteis, podendo ser flexibilizado para um dia com a concordância formal da maioria simples dos membros do colegiado.
- O colegiado só deliberará por maioria simples dos votos dos membros presentes na reunião;
- À coordenação caberá somente o voto de qualidade.

18.2 Competências do Colegiado

Compete ao colegiado do curso:

- Aprovar a inclusão de novos membros no colegiado exceto os ingressantes através de concurso público para cargos efetivos, que se rege por regras

próprias.

- Planejar, controlar e avaliar das atividades de ensino, pesquisa e extensão do curso de Administração.
- Apoiar o coordenador do curso nas suas atividades.
- Executar as diretrizes estabelecidas pela Pró-reitoria de Ensino e Graduação, Integração aos Setores Comunitários e Produtivos, Pesquisa e Pós-graduação;
- Elaborar e manter atualizado o currículo do curso, a carga horária e o número de créditos das disciplinas, em atendimento aos seus objetivos, abrangendo uma seqüência de disciplinas e/ou blocos de disciplinas ordenadas por meio de pré-requisitos e submetê-las à Pró-reitoria de Ensino e Graduação;
- Analisar e emitir parecer sobre os pedidos de transferência, co-validação de estudos e adaptações, de acordo com as normas fixadas pelas normas de funcionamento do ensino de graduação da UNIVASF;
- Analisar e emitir parecer sobre assuntos de interesse do curso e do colegiado;
- Julgar, em grau de recurso, decisões proferidas pela coordenação do curso;
- Elaborar mecanismos de avaliação dos professores;
- Nomear um membro do colegiado como representante do conselho da UNIVASF Junior.
- Em conformidade com as regulamentações vigentes da UNIVASF, o colegiado deverá eleger o coordenador e sub-coordenador que serão homologados pelo Reitor da UNIVASF.

18.3 Competências do Coordenador do Curso

Compete à coordenação do curso:

- Promover, ao final de cada semestre, processo de avaliação dos docentes que lecionaram disciplina no semestre pelos seus discentes, conforme regulamentação do colegiado.
- Convocar e presidir as reuniões do colegiado do curso, conforme regulamentação vigente da UNIVASF, com direito somente ao voto de qualidade.
- Representar o colegiado nas reuniões do Conselho Universitário, Reitoria e Pró-reitoria.
- Coordenar e supervisionar as atividades administrativas e o funcionamento do curso de Administração.
- Estabelecer mecanismos de orientação acadêmica aos estudantes do curso;
- Executar as deliberações do colegiado.
- Comunicar ao órgão competente qualquer irregularidade no funcionamento do curso e solicitar as correções necessárias.

- Decidir sobre a matéria de urgência ad referendum do colegiado e do curso.
- Executar outras atribuições inerentes ao cargo.
- Emitir parecer sobre assuntos de interesse do curso.
- Exigir o cumprimento do conteúdo do programático, carga horária, e outros procedimentos relativos às disciplinas do curso por parte dos responsáveis pelas disciplinas.
- Articular junto à Pró-reitoria de Ensino e Graduação a alocação de professores para as disciplinas ofertadas.
- Apresentar relatórios de suas atividades à Pró-reitoria de Ensino e Graduação conforme diretrizes desta.

18.4 Representação Estudantil

Visando a transparência das decisões e imbuído do espírito participativo e de defesa do melhor interesse dos discentes, os discentes de Graduação e os de Pós-graduação terão direito a eleger um representante cada para se fazerem representar junto ao colegiado do curso de Administração da UNIVASF, seguindo as seguintes diretrizes:

- A representação do corpo discente junto ao colegiado será realizada por meio de um membro eleito pelos próprios discentes do curso de Administração da UNIVASF dentre os seus integrantes;
- O Colegiado Acadêmico de Administração será responsável pela promoção e/ou acompanhamento das eleições de representantes do corpo discente de graduação e pós-graduação, quando houver;
- Os representantes estudantis, servindo de elemento de ligação, defenderão junto ao colegiado do curso de Administração os interesses dos discentes do curso de Administração;
- Apenas alunos regularmente matriculados e cursando disciplinas do curso, que não estejam sofrendo processo administrativo poderão ser representantes do corpo discente junto ao colegiado do curso de administração. Durante o mandato, caso o aluno venha a sofrer processos administrativos, perder o vínculo ou trancar matrícula, deverá ser substituído, sem direito à recondução;
- Para fins deliberativos, no nível de colegiado acadêmico, o representante do corpo discente tem representação com voz e voto com igual valor ao voto de um docente nas deliberações acadêmicas efetuadas pelo colegiado do curso de Administração;
- Conforme o Título II, seção V, art. 40, parágrafo 3º do estatuto da UNIVASF, o mandato do representante estudantil será de dois anos com possibilidade de reeleição por igual período.

