



Período: 1º

Curso: Administração

Disciplina: Língua Portuguesa I

Carga Horária: 60h

EMENTA

A disciplina trata dos princípios básicos da língua escrita e falada e das estruturas das diversas modalidades textuais com a intenção de desenvolver a compreensão dos mecanismos da comunicação e de sua utilização como forma de expressão.

OBJETIVOS

Compreender os mecanismos linguísticos que garantem a coesão e a coerência do texto oral e escrito.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Unidade I: Linguagem e Linguagens

I.1-A linguagem verbal e a linguagem não-verbal.

I.2-Os signos linguísticos.

I.3-Os elementos da comunicação humana.

I.4-As funções da linguagem.

I.5-As diversidades do uso da língua – os níveis da linguagem.

Unidade II: A Linguagem Verbal – estruturas e recursos expressivos

II.1-Os mecanismos de combinação e seleção.

II.2-A coerência – a articulação de sentidos.

II.3-A coesão textual – os “nós” linguísticos do texto.

II.3.1-Elementos coesivos – o controle dos “nós” linguísticos através dos mecanismos coesivos.

II.4-A semântica: o sentido das palavras.

II.4.1-Conotação e denotação.

II.4.2-Sentido e contexto.

II.5-A construção do texto – Os gêneros textuais.

II.5.1-A narração e seus elementos.

II.5.2-A descrição.

II.5.3-A dissertação – persuasão e argumentação.



Período: 1º

Curso: Administração

Disciplina: Técnicas de Estudo e Pesquisa

Carga Horária: 60h

EMENTA

Conhecimento científico e outros tipos de conhecimento. Investigação Científica. O método científico. Delineamento da pesquisa. Projeto de pesquisa. Execução da Pesquisa. Apresentação e divulgação da pesquisa. Normas da ABNT.

OBJETIVOS

Entender a pesquisa como um princípio científico e educativo, familiarizando-se com o processo de pesquisa e com trabalhos científicos que estão sendo realizados hoje na sua área específica de atuação, de forma a construir a sua capacidade analítica em relação aos mesmos e seu interesse pela pesquisa.

Orientar os alunos na compreensão da estrutura, organização e coerências internas que um trabalho científico e um projeto de pesquisa devem apresentar, além de discutir sobre os aspectos e problemas relacionados à execução de um trabalho de pesquisa, mobilizando os alunos para a execução de seus próprios trabalhos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I - O PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DO CONHECIMENTO.

I.1 - O Conhecimento Científico e o Senso Comum.

I.2 - A construção do Conhecimento Científico.

I.3 - A neutralidade científica.

UNIDADE II - A METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA.

II.1 - A importância do método na elaboração da pesquisa.

- II.2 - Tema da pesquisa.
- II.3 - Formulação do problema.
- II.4 - Delimitação do objeto de estudo.
- II.5 - Formulação das hipóteses.
- II.6 - Levantamento de dados.
- II.7 - Análise e interpretação de dados.
- II.8 - A pesquisa quantitativa e a pesquisa qualitativa.

UNIDADE III - AS TÉCNICAS DE ESTUDO E PESQUISA.

- III.1 - Leitura, análise e interpretação de textos.
- III.2 - A técnica do fichamento.
- III.3 - O arquivo de conteúdos temáticos.

UNIDADE IV - AS FONTES DE PESQUISA.

- IV.1 - Recursos da biblioteca e da Internet.

UNIDADE V - A ELABORAÇÃO DO PROJETO DE PESQUISA.

- V.1 - A função do projeto de pesquisa.
- V.2 - As etapas do projeto de pesquisa.

UNIDADE VI - O TRABALHO DE EXECUÇÃO DA PESQUISA.

- VI.1 - O trabalho de campo.
- VI.2 - A entrevista.

UNIDADE VII - O PROCESSO DE INTERPRETAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS.

- VII.1 - A organização e a classificação dos dados da pesquisa.

UNIDADE VIII - APRESENTAÇÃO E DIVULGAÇÃO DA PESQUISA.

VIII.1 - Os trabalhos de conclusão de curso.

UNIDADE IX - A COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA.

IX.1 - A preparação do trabalho acadêmico.



Período: 1º
Curso: Administração
Disciplina: Economia I
Carga Horária: 60h

EMENTA

O funcionamento de economia de mercado. Uso da economia para a análise do contexto de decisão empresarial. Uso dos conceitos de microeconomia e macroeconomia para a tomada de decisão. Teoria monetária, comércio exterior e desenvolvimento econômico. Economia e Mercado de Capitais. Mercados Futuros e Bolsas de Mercadorias. Investidores Institucionais

OBJETIVOS

Proporcionar ao estudante o entendimento do papel da oferta e da demanda na determinação do preço e da quantidade a serem oferecidos ao mercado, bem como a compreensão e discernimento das possibilidades oferecidas pelos modelos da microeconomia e macroeconomia que fundamentam as tomadas de decisão em relação à fixação de preços em diferentes estruturas de mercado. Proporcionar ao estudante base para a aplicação dos conceitos da economia na administração, especialmente sobre as ações de marketing e finanças.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – O FUNCIONAMENTO DA ECONOMIA DE MERCADO

- I.1. Definições e problemas econômicos
- I.2. Microeconomia - formação de preços, produção, mercado e funções aplicadas à economia (custo, produção, oferta, demanda, volume de venda em relação aos custos, outros)
- I.3. As Cadeias produtivas.
- I.4. Macroeconomia

UNIDADE II – USO DA ECONOMIA NO CONTEXTO DE DECISÃO EMPRESARIAL

- II.1. Preços em diferentes estruturas de mercado e formação de preço na prática
- II.2. Mercados de fatores de produção e falhas no funcionamento dos mercados

UNIDADE III – TEORIA MONETÁRIA, COMÉRCIO EXTERIOR E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO

- III.1. Relações entre moeda e nível de preços
- III.2. Políticas macroeconômicas e inflação
- III.3. Políticas do Balanço de Pagamentos – Investimentos Estrangeiros/Internacionais
- III.4. Políticas de Desenvolvimento Econômico
- III.5. Decisões sobre incerteza e teoria dos jogos

UNIDADE IV – ECONOMIA E MERCADO DE CAPITAIS

- IV.1. Poupança e Investimento
- IV.2. Política Monetária e Instrumentos de Política Monetária
- IV.3. Sistema Financeiro Nacional
- IV.4. Os mercados de dinheiro: mercado monetário, mercado de crédito, mercado de capitais e mercado de câmbio

UNIDADE V - MERCADOS FUTUROS E BOLSAS DE MERCADORIAS

- V.1. As Câmaras de Compensação
- V.2. Os membros da Compensação
- V.3. Hedge e especulação
- V.4. Os especuladores e os arbitradores
- V.5. Hedge e risco
- V.6. Os contratos futuros
- V.7. Swap

UNIDADE VI - OS INVESTIDORES INSTITUCIONAIS

VI.1. Fundos de Pensão

VI.2. Fundos Mútuos

VI.3. Fundos Mútuos de Ações

VI.4. Fundos de Investimentos em Commodities

VI.5. Clubes de Investimentos

VI.5. Carteiras Administradas



Período: 1º

Curso: Administração

Disciplina: Auto-conhecimento e Liderança

Carga Horária: 60

EMENTA

O panorama global visto como uma teia inseparável de relações. A responsabilidade pessoal no contexto organizacional. O processo interior e a gestão empresarial. Liderança. O espírito de servir.

OBJETIVOS

Propiciar vivências práticas que estimulem a auto-reflexão e auto-percepção, identificando os potenciais do ser humano que possam ser traduzidos em valores humanos e numa liderança transformadora, para responder com equilíbrio aos desafios organizacionais e globais. Construir uma visão sistêmica que englobe as dimensões pessoal, organizacional e planetária, que estimule uma liderança comprometida com a responsabilidade grupal e social.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – PANORAMA GLOBAL

- I.1. A visão sistêmica do panorama global. Desequilíbrios globais e novas oportunidades, desafiando as Organizações. Novas questões para as Organizações.
- I.2. A responsabilidade pessoal no contexto organizacional

UNIDADE II - O AUTO-CONHECIMENTO NA ADMINISTRAÇÃO

- II.1. A janela de Johari
- II.2. Descobrimo o processo interior e as qualidades inatas do Ser para a gestão empresarial.
- II.3. O potencial interno nas Organizações.

- II.4. O auto-conhecimento como base para as respostas aos estímulos externos.
- II.5. Desenvolvendo uma consciência profunda de si.
- II.6. Os valores que embasam a ação humana na Sociedade sustentável (ser □ consigo; ser □ com o outro; ser □ em Sociedade; ser □ planetário; ser □ espiritual).
- II.7. A dimensão social. As relações sociais e o contexto em que ocorrem.
- II.8. A dimensão organizacional.

UNIDADE III – LIDERANÇA

- III.1. Concepções acerca de Liderança (pessoal, grupal e mitos)
- III.2. Liderança e poder
- III.3. Estilos de Liderança
- III.4. Liderança e Motivação
- III.5. A liderança criativa
- III.6. O padrão de liderança mais elevado - O espírito de servir



Período: 1º

Curso: Administração

Disciplina: Prática I

Carga Horária: 15

EMENTA

O perfil profissional do futuro administrador e iniciar um processo de profissionalização com foco em levantar a realidade empresarial e/ou organizacional, utilizando como base a Teoria Geral da Administração, e trabalhando os Valores Éticos e de Responsabilidade Social do Administrador nas Organizações.

OBJETIVOS

Estimular e desenvolver a capacidade administrativa bem como a consciência sobre a importância da profissão do Administrador no Mercado de Trabalho e suas implicações dentro das Organizações e na Sociedade, apoiando-se na interação entre as disciplinas do período e as empresas. Seu principal foco é relacionar a teoria com a prática empresarial.



Período: 1º

Curso: Administração

Disciplina: Ética, Valores Humanos e Transdisciplinaridade

Carga Horária: 60

EMENTA

Ética e moral. A ética profissional. A responsabilidade social. A questão da alteridade como princípio da relação social. Os valores humanos fundamentais à construção de uma cultura de paz. Transdisciplinaridade e convergência de conhecimentos.

OBJETIVOS

Dinamizar o potencial humanizador intrínseco ao ser humano e a percepção e o respeito às diferenças humanas existenciais básicas. Promover a responsabilidade social e o compromisso com a construção de uma sociedade ética fundamentada nos valores humanos necessários ao convívio humanizador. Promover a valorização das tradições culturais e dos valores espirituais da comunidade bem como o intercâmbio entre os conhecimentos, através de uma abordagem multi e transdisciplinar, que levem o participante a resgatar a inteireza do conhecimento humano em suas várias dimensões: ciência, artes, filosofia e nas tradições espirituais.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – INTRODUÇÃO À ÉTICA

- I.1. Ética e moral
- I.2. Os valores e a questão da alteridade
- I.3. A integridade como eixo do procedimento ético
- I.4. A ética profissional

UNIDADE II – RESPONSABILIDADE SOCIAL

- II.1. Organizações e comunidade

II.2. Empresas e Responsabilidade Social

UNIDADE III – VALORES HUMANOS E TRANSDISCIPLINARIDADE

III.1. Valores humanos universais

III.2. A rede da Cultura para a paz

III.3. Transdisciplinaridade – a integração dos diversos campos do conhecimento humano

III.4. A mudança de paradigma e a nova percepção da realidade

UNIDADE IV – DIVERSIDADE, CULTURA E CONVIVÊNCIA HUMANA

IV.1. Diversidade, Cultura e Convivência Humana

IV.2 Cultura Afro-brasileira

IV.3 Cultura Indígena

IV.4. Exibição e discussão de vídeos

IV.3. Estudos de casos

IV.4. Jogos vivenciais



Período: 2º

Curso: Administração

Disciplina: Matemática Financeira

Carga Horária: 75

EMENTA

O papel da Administração Financeira. Ferramentas matemáticas para o cálculo de juros simples, compostos, e operações de desconto. Sistemas de amortização.

OBJETIVOS

Capacitar o aluno ao uso da matemática nas situações de negócios, especialmente no que se refere à utilização do capital, à análise e comparação do valor do dinheiro no tempo

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – FERRAMENTAS MATEMÁTICAS DA ADMINISTRAÇÃO

Potenciação, Radiciação e Logaritmos

PA e PG

Sistemas de Equações

Equações de 1º e 2º graus

Inequações

O Plano Cartesiano

Ponto Máximo e Ponto Mínimo

Razão e Proporção

UNIDADE II – A MATEMÁTICA FINANCEIRA

Juros, Capital, Montante e Taxas de Juros

Regime de Capitalização

Juros Simples e Composto

Taxa de Juro proporcional, equivalente, efetiva, nominal e real

UNIDADE III – JUROS SIMPLES

Cálculos do Montante, dos juros, da taxa, do capital e do período

Juros exatos e juros comerciais

Divisores e Multiplicadores fixos

UNIDADE IV – DESCONTOS SIMPLES

Conceito de desconto simples e composto

Conceito de Valor Nominal e Valor Atual

Desconto Comercial ou por fora

Taxas de juros no desconto bancário

UNIDADE V – JUROS COMPOSTOS

Cálculo do montante ou valor futuro

Cálculo do valor presente ou valor atual

Cálculo do valor periódico (anual, mensal, quinzenal)

Emprego das fórmulas, das tábuas financeiras e calculadoras financeiras

UNIDADE VI – AMORTIZAÇÃO

Métodos de amortização de dívidas

Sistema Francês e Sistema Americano

Sistema de Amortização Constante e Amortização Variável

MÉTODOS DE APRENDIZAGEM

Painéis

Estudos de casos

Pesquisa de campo



Período: 2º

Curso: Administração

Disciplina: Comunicação Empresarial

Carga Horária: 75

EMENTA

Elementos básicos da comunicação humana. Teoria e prática da audição. Elementos de oratória. Formas de comunicação em grupos e organizações. A comunicação solidária. Comunicação pessoal autêntica. A comunicação homem-mulher. Níveis de comunicação para o conhecimento. Gerenciamento da comunicação pessoal. A paz na comunicação pessoal e interpessoal. Etapas e ferramentas de um Plano de Comunicação organizacional integrada

OBJETIVOS

Possibilitar aos alunos a compreensão dos aspectos básicos da comunicação interpessoal e organizacional como um processo de humanização do indivíduo, da comunidade e da sociedade. Desenvolver habilidades de comunicação entre indivíduos e de comunicação grupal orientada para a construção de uma sociedade harmoniosa e pacífica.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – A COMUNICAÇÃO HUMANA

Fundamentos da Comunicação Humana

Teoria e Prática da Audição

Elementos da Oratória

UNIDADE II – A COMUNICAÇÃO INTERPESSOAL

A Comunicação em grupos e organizações

Problemas na comunicação pessoal

A Comunicação entre homens e mulheres
Comunicação orientada para uma cultura de paz
Gerenciamento da comunicação pessoal

UNIDADE III – COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL INTEGRADA

Comunicação formal e comunicação informal
Instrumentos de comunicação e integração – A Rádio Peão e os modelos alternativos de comunicação
Etapas para a Elaboração de um Plano de Comunicação



Período: 2º

Curso: Administração

Disciplina: Comportamento Organizacional

Carga Horária: 60

EMENTA

Introdução ao comportamento organizacional. Fundamentos do comportamento individual e grupal. Cultura e clima organizacional.

OBJETIVOS

Compreender e analisar os vários aspectos do comportamento humano relacionados à dinâmica organizacional do ponto de vista antropológico, sociológico e psicológico.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL

O indivíduo numa visão antropológica, sociológica e psicológica
Comportamento Organizacional
Comportamento Organizacional e vantagem competitiva
Racionalização na concepção de Max Weber

Comportamento micro-organizacional, meso-organizacional e macro-organizacional.
Poder e Política nas Organizações

UNIDADE II – FUNDAMENTOS DO COMPORTAMENTO INDIVIDUAL

Habilidade, personalidade e aprendizagem
Percepção e Tomada de Decisão Individual.
Motivação e Sistemas de Trabalho de Alto Desempenho.
As teorias contemporâneas da motivação

UNIDADE III – FUNDAMENTOS DO COMPORTAMENTO GRUPAL

Estágios de Desenvolvimento dos Grupos.
Tomada de decisão em grupo.
Compreendendo as Equipes de Trabalho
A Criação de Equipes de Alto Desempenho
Aspectos Contemporâneos da Administração de Equipes

UNIDADE IV – CULTURA ORGANIZACIONAL

Elementos da Cultura organizacional
O ambiente sócio-organizacional
A Cultura Organizacional e os processos psicológicos inconscientes
Identidade Cultural na Organização: O perfil cultural nas empresas; Diversidade cultural e estruturas organizacionais; O Poder organizacional e as novas construções simbólicas.
Clima Organizacional

MÉTODOS DE APRENDIZAGEM

Painéis, seminários e debates
Exibição e discussão de vídeos
Aprendizagem vivencial
Estudos de casos



Período: 2º

Curso: Administração

Disciplina: Administração de Empresas - TGA

Carga Horária: 75

EMENTA

Introdução ao estudo da Teoria Geral da Administração; Teorias da Administração; Funções Administrativas.

OBJETIVOS

Mostrar o perfil esperado para o administrador, as perspectivas, a natureza de a administração ser ciência, técnica ou arte, os antecedentes ou influências sofridas, a evolução e natureza das teorias que compõem a Teoria Geral da Administração e as funções administrativas.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE 1 – INTRODUÇÃO AO ESTUDO DA TEORIA GERAL DA ADMINISTRAÇÃO

Perfil do Administrador

Perspectivas Profissionais

Administração: Ciência Técnica ou Arte?

Antecedentes da Administração

UNIDADE 2 – ABORDAGEM CLÁSSICA

Administração Científica

Teoria Clássica

UNIDADE 3 – TEORIAS DAS RELAÇÕES HUMANAS

Origens da Teoria das Relações Humanas.

As quatro fases da pesquisa de Elton Mayo.

Liderança.

As principais críticas dirigidas à Teoria de Relações Humanas.

UNIDADE 4 – TEORIA DA BUROCRACIA

Max Weber (1864-1920).

Uma noção de Burocracia.

Críticas à Teoria da Burocracia.

UNIDADE 5 – TEORIA COMPORTAMENTAL

Origens da Teoria Comportamental.

Concepções da Teoria Comportamental.

Conflito entre os objetivos organizacionais e os objetivos individuais.

Teorias da motivação.

Estilos de administração.

Críticas à Teoria Comportamental.

Dimensões bipolares da Teoria Comportamental.

UNIDADE 6 – TEORIA ESTRUTURAL

Origens da Teoria Estruturalista.

A abordagem quanto à organização.

As características do homem organizacional segundo os estruturalistas.

Tipos de poder como forma de controle para a obtenção da disciplina.

Tipos de organizações conforme as formas de utilização do poder.

UNIDADE 7 – TEORIA DE SISTEMAS

Origem da Teoria dos Sistemas.

O que é um sistema?

Classificação dos sistemas.

Características das organizações como Sistemas Abertos abordadas por Katz e Kahn (1970).

Conceitos importantes surgidos com a Teoria dos Sistemas.

Principais críticas ou comentários sobre a Teoria de Sistemas

UNIDADE 8 – TEORIA NEOCLÁSSICA

Origens da Teoria neoclássica.

Biografia de Peter F. Drucker, o pai da Teoria Neoclássica.

Administração para Peter F. Drucker.

Características da Teoria Neoclássica.

Princípios de organização assumidos pela Teoria Neoclássica.

UNIDADE 9 – TEORIA DA CONTINGÊNCIA

Origens da Teoria da Contingência.

Tipologia de tecnologia de James D. Thompson.

Novas abordagens de Desenho Organizacional.

Abordagens em Redes (rede dinâmica ou organizações virtuais).

As principais críticas dirigidas à Teoria da Contingência.

UNIDADE 10 – FUNÇÕES ADMINISTRATIVAS

Planejamento.

Organização.

Controle.



Período: 2º
Curso: Administração
Disciplina: Prática II
Carga Horária: 15

EMENTA

Realização de eventos oficiais, empresariais e sociais que envolvem todas as áreas da administração.

OBJETIVOS

Preparar os acadêmicos para o mercado de trabalho; estimular e desenvolver a capacidade de organizar e gerenciar com sucesso a realização dos diversos eventos de negócios e captação de recursos realizados por organizações Privadas, Públicas e do Terceiro Setor, apoiando-se na interação das disciplinas do curso de Administração, principalmente nas áreas de *marketing*, vendas e recursos humanos, tendo como foco os eventos internos e externos.



Período: 3º

Curso: Administração

Disciplina: Contabilidade Empresarial

Carga Horária: 75

EMENTA

Elementos básicos da contabilidade. Demonstrações relativas a resultados.

Demonstrações relativas ao patrimônio. Análise das demonstrações contábeis.

OBJETIVOS

Proporcionar ao aluno compreensão dos fundamentos contábeis e sua aplicação na empresa, bem como as condições para compreensão e análise dos principais demonstrativos contábeis e sua utilização na gestão da organização.

Estudar os aspectos e implicações legais das demonstrações contábeis, bem como as diversas opções de enquadramento das empresas.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – FUNDAMENTOS DA CONTABILIDADE

Grupos de interesse nas informações contábeis

Composição do patrimônio

Princípios fundamentais de contabilidade (prudência, competência e entidade)

Critérios de escrituração - Regime de caixa e regime de competência

Classificação das contas

Estruturação do plano de contas

Exigências legais para micro, pequenas, médias e grandes empresas

UNIDADE II – A ESCRITURAÇÃO CONTÁBIL

Fatos contábeis

Despesa e Receita

O método das partidas dobradas

Livros básicos de escrituração

UNIDADE III – DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS

A apuração simplificada dos resultados do período (mensal, semestral ou anual)

A apuração completa dos resultados do período

Normas legais aplicáveis às demonstrações contábeis

O Balanço Patrimonial e seus elementos constitutivos

Demonstração do Resultado do Exercício

Demonstração de Lucros ou Prejuízos Acumulados

MÉTODOS DE APRENDIZAGEM

Oficinas de trabalho

Aulas de campo

Estudos de casos e análises de demonstrações de empresas reais



Período: 3º

Curso: Administração

Disciplina: Estatística Aplicada

Carga Horária: 60

EMENTA

Elementos da Estatística Descritiva. Séries e Gráficos Estatísticos. Distribuição de Frequências. Medidas de Tendência Central. Medidas de Dispersão. Separatrizes. Medidas de Assimetria e Curtose.

OBJETIVOS

Apresentar aos alunos as noções de estatística, permitindo organizar, interpretar e utilizar os conceitos básicos da estatística descritiva, na análise dos fenômenos, seja nas áreas tecnológica, humana e da saúde.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

UNIDADE I: ELEMENTOS DA ESTATÍSTICA DESCRITIVA

1.1-População ou Universo Estatístico

1.2-Amostra

1.3-Fases de Método Estatístico

1.4-Classificação das Variáveis

1.5-Tipos de Séries: Temporal, Geográfica e Específica.

1.6-Distribuição de Frequências.

UNIDADE II: GRÁFICOS GERAIS ESTATÍSTICOS

2.1-Principais Gráficos

2.1.1-Barras

2.1.2-Colunas

2.1.3-Setores

- 2.1.4-Linhas
- 2.1.5-Cartogramas
- 2.2-Gráficos Estatísticos
 - 2.2.1-Histograma
 - 2.2.2-Polígono de Frequências
 - 2.2.3-Ogivograma
 - 2.2.4- Ogiva de Galton

UNIDADE III: MEDIDAS DE TENDÊNCIA CENTRAL

- 3.1-Média Aritmética
- 3.2-Mediana
- 3.3-Moda

UNIDADE IV: MEDIDAS DE DISPERSÃO

- 4.1-Amplitude Total
- 4.2-Variância
- 4.3-Desvio Padrão
- 4.4-Coeficiente de Variação

UNIDADE V: NOÇÕES DE AMOSTRAGEM

- 5.1-Amostragem Casual ou Aleatória Simples
- 5.2-Amostragem por Conglomerados
- 5.3- Amostragem Acidental
- 5.4- Amostragem Intencional
- 5.5- Amostragem Quotas
- 5.6- Amostragem Estratificada

UNIDADE VI: CÁLCULO DAS PROBABILIDADES

- 6.1- Caracterização de um experimento Aleatório
- 6.2-Espaço Amostral

6.3-Evento

6.4-Eventos Mutuamente Exclusivos

6.5-Definição de Probabilidade

6.6-Principais Teoremas

6.7- Probabilidades Finitas dos Espaços Amostrais Finitos

6.8- Espaços Amostrais Finitos Equiprováveis

6.9- Probabilidade Condicional

6.10-Independência Estatística

UNIDADE VII: DISTRIBUIÇÕES DE PROBABILIDADES

7.1-Distribuição Binomial

7.2-Distribuição Normal

UNIDADE VIII: CORRELAÇÃO E REGRESSÃO

8.1-Representação gráfica

8.2-Métodos dos Mínimos Quadrados



Período: 3º

Curso: Administração

Disciplina: Filosofia e Lógica

Carga Horária: 60

EMENTA

Investigar e analisar o conceito e a utilidade da Filosofia. Examinar o nascimento e a evolução histórica da Filosofia. Examinar a relação entre a Filosofia a lógica as demais ciências constituídas. Determinar o conteúdo da Filosofia, seu campo de atuação e os principais problemas que a envolvem; enfoque dos principais campos de atuação da Filosofia.

OBJETIVOS

Esta disciplina possui como objetivo oferecer ao estudante um panorama geral da Filosofia através dos temas principais que a constitui através de um panorama lógico e coerente com a especificidade de cada campo de estudo; desenvolver a elaboração do pensamento abstrato, o amadurecimento e a aquisição da autonomia da reflexão e do agir, através do olhar crítico sobre si mesmo e o mundo que o cerca; dar condições ao aluno de entender a construção do conhecimento filosófico através da sua história e os problemas acerca do mesmo atualmente; dar oportunidade ao aluno de ampliar seu universo de leitura, através do estudo sistemático da Filosofia, considerando seu campo de atuação e a interação entre o conhecimento filosófico e as demais ciências constituídas.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I: A IMPORTÂNCIA DA INVESTIGAÇÃO FILOSÓFICA

1.1-O que é Filosofia e por que é necessário estudá-la ?

1.2-A utilidade da reflexão Filosófica.

UNIDADE II: AS DIVERSAS FORMAS DE INTERPRETAÇÃO DA REALIDADE: SENSO COMUM, CONHECIMENTO CIENTÍFICO E O CONHECIMENTO FILOSÓFICO

- 2.1-As formas de interpretação da realidade.
- 2.2-O senso comum e sua caracterização.
- 2.3-O conhecimento científico e a sua caracterização.
- 2.4-O conhecimento filosófico e a sua caracterização.

UNIDADE III: O NASCIMENTO DA FILOSOFIA E O SEU ESTABELECIMENTO ENQUANTO CONHECIMENTO RACIONAL

- 3.1-A origem da Filosofia.
- 3.2-A questão do Mito.
- 3.3-O nascimento da Filosofia: a passagem do Mito para a Razão.

UNIDADE IV: A FILOSOFIA CONTA A SUA HISTÓRIA: OS PRINCIPAIS PERÍODOS DA HISTÓRIA DA FILOSOFIA

- 4.1-Os períodos da Filosofia ao longo da História.
- 4.2-A Filosofia Antiga: Os períodos da Filosofia grega.
- 4.3-A Filosofia Medieval e o Cristianismo: o conflito entre Fé e Razão.
- 4.4-A Filosofia Moderna e a nova atitude científica.
- 4.5-A Filosofia Contemporânea: problemas e questões fundamentais.

UNIDADE V: OS PRINCIPAIS CAMPOS DE INVESTIGAÇÃO DO CONHECIMENTO FILOSÓFICO

- 5.1-Antropologia Filosófica.
- 5.2-A Ética.
- 5.3-Filosofia da Mente.
- 5.4-Ontologia ou Metafísica.
- 5.5-Filosofia da Ciência.

- 5.6-Epistemologia.
- 5.7-Estética.
- 5.8-Filosofia Política.
- 5.9-Filosofia da História.
- 5.10-Filosofia da linguagem.
- 5.11-Lógica.
- 5.12-História da Filosofia.

UNIDADE VI: O PROBLEMA DO CONHECIMENTO E A REFLEXÃO ACERCA DA VERDADE

- 6.1-O que significa filosoficamente “conhecer”?
- 6.2-A estrutura do conhecimento e o conhecimento como processo.
- 6.3-Mas, afinal, o que é o conhecimento?

UNIDADE VII: A TEORIA DO CONHECIMENTO: A EXPLICAÇÃO FILOSÓFICA ACERCA DAS POSSIBILIDADES DO CONHECIMENTO HUMANO

- 7.1-O problema inicial da teoria do conhecimento.
- 7.2-Os fundamentos do conhecimento.
- 7.3-As possibilidades do conhecimento.

UNIDADE VIII: OS CONCEITOS FUNDAMENTAIS DA LÓGICA CLÁSSICA E A SUA APLICABILIDADE NO CAMPO DA MATEMÁTICA E DA CIÊNCIA

- 8.1-O que é Lógica ?
- 8.2-A Lógica Formal.
- 8.3-As três operações intelectuais do espírito.
- 8.4-Trabalhando com conceitos.
- 8.5-O Silogismo: a lógica do Raciocínio.
- 8.6-A relação possível entre a lógica e a matemática.

UNIDADE IX: A FILOSOFIA DA CIÊNCIA

9.1-A questão inicial da Filosofia da ciência.

9.2-A classificação das ciências.

9.3-A neutralidade da ciência.

9.4-O cientificismo e a ideologia da ciência.

UNIDADE X: ÉTICA, MORAL E VALORES HUMANOS

10.1-Os valores morais: o argumento principal da Filosofia Moral.

10.2-A Moralidade e o seu campo de atuação.

10.3-A Ética e o seu campo de atuação.

10.4-A Liberdade como um problema ético e moral.

UNIDADE XI: A FILOSOFIA POLÍTICA

11.1-Os problemas fundamentais da Filosofia Política.

11.2-A origem e o significado do conceito de Política.

11.3-A relação entre a política e o poder.

11.4-O problema da origem do Estado.

UNIDADE XII: FILOSOFIA NO BRASIL: A QUESTÃO SOBRE A EXISTÊNCIA DE UMA FILOSOFIA GENUINAMENTE BRASILEIRA

12.1-O debate acerca da possibilidade de uma Filosofia brasileira.

12.2-Aspectos históricos da Filosofia brasileira



Período: 3º

Curso: Administração

Disciplina: Criatividade e Inovação

Carga Horária: 60

EMENTA

Promover a consciência da necessidade e da importância da Criatividade nas Organizações Modernas. Dinamizar o potencial criador dos alunos e apresentar recursos para seu aproveitamento. Vivenciar diferentes técnicas de produção de idéias e de resolução criativa de problemas.

OBJETIVOS

O papel decisivo da criatividade nas organizações modernas. O indivíduo criativo. O perfil de uma organização criativa.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – O PAPEL DECISIVO DA CRIATIVIDADE NAS ORGANIZAÇÕES MODERNAS

A importância Crescente da Criatividade

Criatividade e Inovação

Os Ingredientes da Criatividade

UNIDADE II – O INDIVÍDUO CRIATIVO

O pensamento criativo

Características e atributos da Personalidade Criativa

Os Bloqueios Mentais

Técnicas de produção de idéias e resolução criativa de problemas

UNIDADE III – O PERFIL DE UMA ORGANIZAÇÃO CRIATIVA

As Barreiras no Ambiente de Trabalho

O Clima que Favorece o Comportamento Criativo



Período: 3º

Curso: Administração

Disciplina: Organização e Métodos em Sistemas

Carga Horária: 75

EMENTA

Diferentes modelos de estruturação organizacional. Ferramentas e Técnicas de organização e racionalização do trabalho. Recursos de comunicação organizacional. Especificações de requisitos de um sistema. Metodologias, técnicas e ferramentas para o diagnóstico de modelos organizacionais

OBJETIVOS

Distinguir os diferentes modelos de estrutura das organizações frente à realidade ambiental. Proporcionar condições para que o aluno utilize técnicas de estruturação, organização, metodização e racionalização do trabalho tendo em vista a melhoria das rotinas e o alcance da qualidade dos processos. Proporcionar a compreensão dos recursos de comunicação formal (formulários, manuais e normas) na melhoria do desempenho das estruturas organizacionais.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

INTRODUÇÃO- PERFIL PROFISSIONAL DO ANALISTA DE O M & S.

Formação Profissional do Analista de OM&S

Natureza, Posição e Função da OM&S nas empresas

Atribuições básicas do Analista de OM&S

UNIDADE I – A ESTRUTURAÇÃO ORGANIZACIONAL

Conceitos fundamentais à ação de OS&M (organização, racionalização, otimização, cultura, clima organizacional, deterioração organizacional, eficiência, eficácia e efetividade etc) e de Informática.

Níveis de realização do trabalho (sistema, subsistema, função, atividade, tarefa, movimento e terblig).

O Organograma. Conceito, Características e tipos.

Modelos de estruturas de organização (Linear, Funcional, Mista, Colegiado, Matricial e Virtual (em Rede) – características, vantagens e desvantagens de cada estrutura
Estratégias para definição da estrutura ideal (as propostas de Empowerment, Downsizing, Terceirização, Benchmarking, Reengenharia, ABC - ActivityBasedCosting, Just-in-time e outras).

Estudos de caso de Estruturação e Reestruturação (empresas nacionais e estrangeiras)

UNIDADE II – TÉCNICAS E MÉTODOS PARA A AÇÃO DE ORGANIZAÇÃO

Arranjo Físico Ambiental – Princípios de Layout; Tipos de Layout e os fatores de ambiência.

Métodos de análise e melhoria de sistemas – O Ciclo PDCA, MASP, QC Story, ferramentas de análise e solução de problemas (Análise de Pareto, Análise de causa e efeito, etc)

Administração de Formulários – Conceituação; Classificação; Características dos formulários;

Controle; Processo de elaboração; Análise e projeto; Implantação de formulários.

Fluxograma. Conceituação; Características; Tipos de Fluxogramas.

Outras Representações Gráficas

UNIDADE III – ESTRUTURAÇÃO E IMPLANTAÇÃO DE SISTEMAS

NORMATIVOS

Sistema de Normas e Manuais – Conceituação e finalidade; tipos e estrutura de normas e manuais; o uso do fluxograma na elaboração de normas e manuais; implantação, divulgação e acompanhamento de sistemas normativos.



Período: 3º

Curso: Administração

Disciplina: Prática III

Carga Horária: 15

EMENTA

Trabalhar as possibilidades criativas para os produtos e/ou serviços oferecidos ao mercado. Desenvolver um projeto de criação de uma organização para comercializar tais produtos, utilizando como base os conceitos adquiridos no primeiro e segundo e terceiro períodos do Curso de Administração. Mostrar a realidade vivenciada pelos empreendedores ao desbravarem novos mercados.

OBJETIVOS

Desenvolver a capacidade inovadora e empreendedora através da criação de um produto/serviço inovador. Possibilitar aos alunos articular as disciplinas do período com relação ao empreendimento proposto.



Período: 4º

Curso: Administração

Disciplina: Gestão de Pessoas

Carga Horária: 60

EMENTA

Introdução à moderna Gestão com pessoas , planejamento estratégico de gestão com pessoas , os processos da gestão com pessoas , gestão de carreiras e a nova organização- a organização que aprende.

OBJETIVOS

Possibilitar a discussão de práticas atuais da Gestão com Pessoas, e a compreensão das teorias e conceitos que envolvem ferramentas da administração de recursos humanos que estão sendo utilizadas pelas organizações.

Criar condições para que o aluno compreenda e faça uma análise de forma crítica e contemporânea dos temas e objetivos da Gestão com Pessoas nas organizações.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – INTRODUÇÃO À MODERNA GESTÃO COM PESSOAS

Origem e Evolução de Recursos Humanos para Gestão com Pessoas

Mudanças e Transformações no cenário mundial e na Gestão com Pessoas

Administração do Capital Intelectual e da Gestão do Conhecimento

Gestão com Pessoas para formação de competências

UNIDADE II – PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DA GESTÃO COM PESSOAS

Missão, Valores, Objetivos e Estratégias Organizacionais

Políticas de Gestão com pessoas para o alcance dos objetivos organizacionais.

UNIDADE III – OS PROCESSOS DA GESTÃO COM PESSOAS

Processos de Agregar Pessoas (Recrutamento & Seleção).

Processos de Aplicar Pessoas (Desenho de Cargos e Avaliação de Desempenho).
Processos de Recompensar Pessoas (Remuneração, Benefícios e Serviços)
Processos de Desenvolver Pessoas (Treinamento, Mudanças e Comunicações).
Processos de Manter Pessoas (Disciplina, Higiene, Segurança e Qualidade de vida no Trabalho).
Processos de Monitorar Pessoas (Banco de Dados e Sistemas de Informações Gerenciais em Gestão com Pessoas).

UNIDADE IV – GESTÃO DE CARREIRAS

Administração e gerenciamento de carreira
Orientação de carreira: Quem você quer ser?
Ciclos e estágios da carreira
Planejamento de sucessão

UNIDADE V – A NOVA ORGANIZAÇÃO: A ORGANIZAÇÃO QUE APRENDE

A revolução na Administração – Ambiente caótico e mudança de paradigmas
As organizações que aprendem
As disciplinas das organizações que aprendem

MÉTODOS DE APRENDIZAGEM

Painéis e seminários
Exibição e discussão de vídeos, artigos, reportagens
Estudos de caso



Período: 4º

Curso: Administração

Disciplina: Administração Mercadológica

Carga Horária: 75

EMENTA

Conceitos de marketing. Tipos de demanda. Análise de cenários e de ambientes de marketing. Variáveis controláveis e incontroláveis. Classificação de produtos e mercados. Comportamento do consumidor. Instrumentos de gestão de mercados (marketing mix, análise de portfólio, ciclo de vida de produtos, ciclo de vida da indústria, segmentação de mercados). Estratégias de marketing associadas a cada fase do ciclo de vida.

OBJETIVOS

Possibilitar ao estudante a compreensão da importância da gestão do negócio voltada para a satisfação das necessidades do consumidor como única forma de sustentabilidade da organização, capacitando-o a:

Reconhecer os diversos ambientes de marketing, suas variáveis e suas influências sobre as organizações;

Entender os diversos tipos de demanda dos consumidores por diferentes categorias de produtos, adaptando a sua organização para o atendimento dessas demandas;

Entender que a dinâmica da evolução dos produtos impõe constantes mudanças de estratégias gerenciais adequadas a cada uma das fases de desenvolvimento;

Aplicar, na prática, os “instrumentos” de gestão de marketing (análise SWOT, de cenários, de ambientes, do portfólio de produtos, do ciclo de vida dos produtos, das estratégias de marketing, dos segmentos de mercado).

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – INTRODUÇÃO À ADMINISTRAÇÃO DO MARKETING

Evolução da orientação das empresas no sentido do mercado

Tipos de demandas

Tipos de mercado e tipos de transações

Classificação de produtos

UNIDADE II – COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Fatores que influenciam o comportamento do consumidor (físico, tecnológico, político-legal, econômico, psico-social)

Fatores culturais, sociais, pessoais e psicológicos

UNIDADE III – COMPORTAMENTO DO COMPRADOR INDUSTRIAL

Características e comportamento do comprador industrial

UNIDADE IV – FERRAMENTAS PARA A GESTÃO MERCADOLÓGICA

Os 4 As – Análise, Adaptação, Ativação e Avaliação

Os 4 Ps – Produto, Preço, Promoção e Praça

Os 6 Os – Objeto, objetivo, organização, operação, ocasião da compra e onde se compra

Ambientes de marketing e variáveis ambientais

Análise SWOT

Análise de portfólio – Matriz BCG

UNIDADE V – ESTRATÉGIAS DE MARKETING

Ciclo de vida do produto e estratégias de marketing para cada fase do ciclo de vida

Segmentação – critérios e variáveis para segmentação eficaz

MÉTODOS DE APRENDIZAGEM

Seminários, painéis e debates

Dinâmicas de grupo

Jogos de empresa

Estudos de caso



Período: 4º

Curso: Administração

Disciplina: Administração de Recursos Materiais e Patrimoniais e Logística

Carga Horária: 75

EMENTA

Administração de Patrimônio. Gestão de materiais e controle de estoques. Técnicas de armazenamento e movimentação de materiais. Distribuição física e logística integrada. Administração de compras.

OBJETIVOS

Possibilitar aos alunos a compreensão das diversas implicações da gestão de bens patrimoniais, e de estoques, tanto de matéria-prima quanto de produtos acabados. Promover avaliação crítica das principais técnicas de gestão relacionadas a compras, armazenamento e movimentação de materiais aplicados nas empresas. Discutir casos reais de sistemas de distribuição e de logística.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – ADMINISTRAÇÃO DO PATRIMÔNIO

Classificação e organização de bens patrimoniais

Sistemas de controle de bens patrimoniais

UNIDADE II – ADMINISTRAÇÃO DE MATERIAIS E DE ESTOQUES

A Cadeia de Suprimento e a logística Empresarial

Planejamento das Necessidades de Material – MRP

Dimensionamento, controle e análise de estoques

Métodos quantitativos e qualitativos para cálculo de demanda

Custos de estoque – Custos de armazenagem, de pedido, e custo total

Controle de estoques – Tempo de Reposição e Estoque Mínimo

Análise ABC

Lote econômico de compras e Lote econômico de fabricação

Sistemas de controle de estoques (revisão periódica, duas gavetas, MRP)

Avaliação de estoques – Custo médio

Critérios de utilização de estoques – PEPS e UEPS

UNIDADE III – ADMINISTRAÇÃO DE COMPRAS

Políticas de compras e estratégias de aquisição

O Processo de compras. Variáveis das compras

Definição das especificações e exigências

Qualificação das fontes de suprimento – Seleção e Avaliação

Análise de propostas, negociação e decisão de compras

Integração de sistemas de relacionamento com fornecedores - Comakership , ECR , Just-in-Time, EDI , Internet , e-procurement, B2B, B2C, B2G,P2P

Compras nas empresas públicas.

UNIDADE IV – ARMAZENAGEM E MOVIMENTAÇÃO DE MATERIAIS

Atividades de Administração de Armazéns – Recebimento, estocagem, processamento de pedidos e expedição de mercadorias.

Tecnologia da Informação aplicada a gestão de Armazéns.

Inventário Físico. Controle, segurança e precisão dos registros. Auditorias.

Equipamentos de movimentação de Materiais

Custos associados à movimentação de Materiais

UNIDADE V - DISTRIBUIÇÃO FÍSICA/LOGÍSTICA

Elementos da Distribuição Física de produtos. Meios de Transporte

Logística Integrada e os sistemas de distribuição física

Custos associados à distribuição Física.

MÉTODOS DE APRENDIZAGEM

Exibição e discussão de vídeos

Estudos de caso

Painéis temáticos

Aulas de campo em empresas



Período: 4º

Curso: Administração

Disciplina: Direito Empresarial

Carga Horária: 75

EMENTA

Empresa, Empresário e Estabelecimento Empresarial. Direito Societário
Direito Concorrencial. O Empresário e os direitos do Consumidor. Direito Ambiental.
Contratos Empresariais. Arbitragem. Falência e Recuperação Judicial.

OBJETIVOS

Proporcionar ao estudante uma compreensão geral dos diversos aspectos legais que impactam sobre as organizações e o papel do administrador frente a esses aspectos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – EMPRESA, EMPRESÁRIO E ESTABELECIMENTO EMPRESARIAL

A teoria da empresa no direito brasileiro.

Regime jurídico empresarial: obrigações gerais dos empresários.

Registro de empresas e livros comerciais.

Elementos do estabelecimento empresarial.

A marca e a proteção ao título do estabelecimento.

UNIDADE II – DIREITO SOCIETÁRIO

Teoria geral do direito societário.

Tipos de sociedade.

A Sociedade por Cotas de Responsabilidade Limitada.

A responsabilidade dos Sócios.

Pessoas naturais e jurídicas.

UNIDADE III – ASPECTOS JURÍDICOS DO DIREITO CONCORRENCIAL

Princípio constitucional da livre iniciativa.

Concorrência desleal.

Infração da ordem econômica.

Licitações.

UNIDADE IV – O EMPRESÁRIO E OS DIREITOS DO CONSUMIDOR

Relação jurídica de consumo (sujeitos, objeto e fato).

Espécies de fornecimento.

Relações interempresariais e qualidade do fornecimento.

A Publicidade e o Código de Defesa do Consumidor.

A proteção e defesa do meio ambiente.

Registros públicos do comércio.

UNIDADE V – CONTRATOS EMPRESARIAIS E TÍTULOS DE CRÉDITO

Compra e venda mercantil.

Contratos bancários.

Contratos eletrônicos.

Outros contratos empresariais.

Títulos de crédito – Cheque, Nota Promissória e Duplicata.

Arbitragem.

UNIDADE VI – FALÊNCIA E RECUPERAÇÃO JUDICIAL

Empresa em Crise – Instauração da Falência.

O processo falimentar.

Condições gerais da recuperação judicial e extrajudicial.

Crime e contravenção.



Período: 4º

Curso: Administração

Disciplina: Contabilidade de Custos

Carga Horária: 75

EMENTA

Contabilidade de Custos. Avaliação dos custos de produção. Custos diretos e indiretos. Formação do preço

OBJETIVOS

Proporcionar ao estudante uma compreensão das variáveis que determinam o custo e o preço do produto ou do serviço numa organização e capacita-lo a gerenciar essas variáveis.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – INTRODUÇÃO

A Contabilidade de Custos, Financeira e a Contabilidade Gerencial
Terminologia Contábil e a Implantação de Sistema de Custos

UNIDADE II – AVALIAÇÃO DE CUSTOS DE PRODUÇÃO

Princípios Contábeis Aplicados a Custos
Nomenclaturas e Classificação de Custos
Esquema Básico de Contabilidade de Custos
Critérios de Rateio dos Custos Indiretos
Aplicação dos Custos Indiretos de Fabricação
Material Direto
Mão-de-obra Direta
Custo por Ordem de Produção
Custo por Processo
Produção Conjunta
Métodos de custeio para serviços

UNIDADE III – FIXAÇÃO DO PREÇO DE VENDA, COMPRA E PRODUÇÃO.

1 - Metodologia de formação de preço de Venda.

Na indústria

No comércio

Nos serviços

Políticas de preço

2 - Metodologia de formação de preço de Compra.

Na indústria

No comércio

Nos serviços

Políticas de preço

3 - Metodologia de formação de preço de Produção.

Na indústria

Nos serviços

Políticas de preço



Período: 4º

Curso: Administração

Disciplina: Prática IV

Carga Horária: 15

EMENTA

O ambiente das organizações. A necessidade de adaptação e alinhamento das organizações ao ambiente. Desenvolvimento e Mudança Organizacional. Cultura organizacional e novos paradigmas.

OBJETIVOS

Avaliar o desempenho das organizações, através do processo de diagnóstico, buscando através de princípios, ferramentas e instrumentos adequados, fazer intervenções com propostas de mudanças para os processos analisados..



Período: 5º
Curso: Administração
Disciplina: Gestão Tributária
Carga Horária: 75

EMENTA

O Sistema Tributário Nacional; Conceitos fundamentais sobre o Direito Tributário; Os impostos federais, estaduais e municipais na prática.

OBJETIVOS

Proporcionar ao aluno elementos para gerenciar os aspectos tributários no cotidiano das empresas, através do estudo do sistema tributário, dos fundamentos do Direito Tributário e dos próprios tributos, nas esferas federal, estadual, municipal e para-governamental.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – O SISTEMA TRIBUTÁRIO NACIONAL

A legislação tributária

O sistema tributário

Os impostos e sua classificação no Sistema Tributário Nacional

Obrigações Tributárias e Crédito Tributário

UNIDADE II – Os impostos e contribuições federais

IPI: legislação específica, estabelecimento industrial e equiparado, fato gerador, contribuinte, base de cálculo, alíquota, sistemática de tributação, crédito fiscal e recolhimento, infrações e penalidades.

Imposto de Importação: legislação específica, fato gerador, contribuinte, base de cálculo, alíquota, despacho aduaneiro, regime aduaneiro especial, tarifa aduaneira, nomenclatura, infrações e penalidades.

Imposto de Exportação: legislação específica, fato gerador, contribuinte, base de cálculo, alíquota, despacho aduaneiro, regime aduaneiro especial, tarifa aduaneira, nomenclatura, infrações e penalidades.

Imposto de Renda: legislação específica, sistemática de tributação para pessoas físicas e jurídicas, fonte, fato gerador, contribuinte, base de cálculo, alíquota, crédito fiscal e recolhimento, infrações e penalidades.

O Simples e outros impostos (ITR, CPMF, etc): fato gerador, contribuinte, base de cálculo, alíquota, sistemática de tributação, crédito fiscal e recolhimento, infrações e penalidades.

UNIDADE III – Os impostos estaduais

ICMS - legislação específica, estabelecimento industrial e equiparado, fato gerador, contribuinte, base de cálculo, alíquota, sistemática de tributação, crédito fiscal e recolhimento, infrações e penalidades.

IST - legislação específica, fato gerador, contribuinte, base de cálculo, alíquota, sistemática de tributação, infrações e penalidades.

UNIDADE IV - OS IMPOSTOS MUNICIPAIS

ISS - legislação específica, fato gerador, contribuinte, base de cálculo, alíquota, sistemática de tributação, infrações e penalidades.

UNIDADE V – CONTRIBUIÇÕES PARA-FISCAIS

Contribuições de natureza sindical

Contribuição Confederativa

O sistema 5S – SESI, SESC, SENAI, SENAC, SEBRAE

MÉTODOS DE APRENDIZAGEM

Estudo dirigido

Estudos de caso

Exercícios de sala



Período: 5º

Curso: Administração

Disciplina: Administração Financeira

Carga Horária: 75

EMENTA

Administração do Capital de Giro. Administração de Investimentos de Capital. Estrutura de Capital e Dividendos. Fontes de Financiamento. EVA.

OBJETIVOS

Possibilitar aos alunos conhecimentos para administração do ativo circulante, de projetos de investimentos, do capital, dos dividendos e EVA.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – O Papel da Administração Financeira

A administração financeira, a economia e a contabilidade
as funções do administrador financeiro

UNIDADE II – Administração do Capital de Giro

Capital Circulante Líquido

Administração de Caixa e títulos negociáveis

Administração de Duplicatas a receber

Administração de Estoque

UNIDADE III – FONTES DE FINANCIAMENTOS

Empréstimos

Debêntures com e sem garantia

Ação Preferencial

Ação Ordinária

Natureza do Capital Próprio

UNIDADE IV – CUSTO DE CAPITAL, ESTRUTURA DE CAPITAL E DIVIDENDOS

Custo de diferentes alternativas de capital

Diferentes composições da estrutura de capital

Pagamento de dividendos

UNIDADE V – AVALIAÇÃO DE PROJETOS DE INVESTIMENTOS

Risco e incerteza

Técnicas de avaliação de Investimento

a) Payback Simples e Descontado

b) Taxa Média de Retorno

c) Valor Atual Líquido

d) Índice de Lucratividade

e) Taxa Interna de Retorno

UNIDADE VI – EVA

MVA e EVA

Matriz de Indicadores do EVA

MVA e EVA por Unidade de Negócio e Consolidado

O valor da empresa

MÉTODOS DE APRENDIZAGEM

Painéis

Estudos de casos

Pesquisa de campo



Período: 5º

Curso: Administração

Disciplina: Gestão de Vendas

Carga Horária: 60

EMENTA

A posição de vendas na estrutura da empresa. A força de vendas. O sistema de informações em vendas. As técnicas de vendas. O relacionamento com os clientes no pós-venda. Auditoria de vendas.

OBJETIVOS

Capacitar o aluno a dimensionar e administrar a força de vendas, a conceber o sistema de informações de vendas e a auditoria de vendas, e a utilizar as técnicas de vendas adequadas a cada situação e a cada tipo de organização.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – A POSIÇÃO DA ÁREA DE VENDAS NA ESTRUTURA DA EMPRESA

Revisão dos aspectos relativos ao ambiente de marketing;
Princípios da Administração de Vendas;
Estrutura Organizacional da Administração de Vendas;
Posição da área de vendas na empresa industrial;
Posição da área de vendas na empresa comercial

UNIDADE II – IMPLEMENTAÇÃO DE PROGRAMAS DE VENDAS

Planos estratégico, tático e operacional em vendas;
Política de organização de vendas;
Determinação da estrutura de vendas;
Divisão do trabalho: Geográfico, por cliente e por produto;

O perfil do profissional de vendas e o impacto em recrutamento e seleção;

Treinamento para vendas;

Liderança e motivação em vendas;

Sistemas de remuneração orientados para vendas;

Avaliação e controle dos resultados

UNIDADE III – SISTEMA DE INFORMAÇÕES DE VENDAS

Estrutura do sistema

Manutenção do sistema

Relatório do sistema

UNIDADE IV – TÉCNICAS DE VENDAS

UNIDADE V – RELACIONAMENTO COM CLIENTES

UNIDADE VI – AUDITORIA DE VENDAS

MÉTODOS DE APRENDIZAGEM



Período: 5º

Curso: Administração

Disciplina: Administração da Produção

Carga Horária: 75

EMENTA

Introdução a Administração da Produção. O homem e o ambiente físico do trabalho. A estrutura e as atividades de Administração da Produção. Controle de Qualidade. Higiene e segurança do trabalho.

OBJETIVOS

Proporcionar aos alunos a compreensão da natureza, objetivos e técnicas aplicáveis às diversas atividades de projetos em operações produtivas (projeto de produto/serviço, projeto de tecnologia, projeto de trabalho, projeto de localização e projeto de arranjo-fixo).

Compreender a dinâmica do planejamento e controle de capacidades de produção.

Desenvolver a sensibilidade para compreender sobre a responsabilidade social e ambiental da qual o profissional de administração está investido.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

UNIDADE I – SISTEMAS DE PRODUÇÃO SUSTENTÁVEIS

Principais questões da administração da produção sustentável

Noções básicas de Sistemas: Conceitos e Tipologias

Características básicas dos sistemas de produção sustentáveis

Classificações dos Sistemas de Produção

Dinâmica dos sistemas de produção sustentáveis

UNIDADE II – ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA DA PRODUÇÃO

Globalização de mercado e de produção

Filosofia da Excelência de produção e da produção com responsabilidade social

Desenvolvimento de vantagens competitivas associadas à produção

Tipos de Arranjo Físico dos sistemas de produção: Posicional, Linear, Funcional, Celular e Misto

UNIDADE III – TECNOLOGIA DE PROCESSOS

Tecnologia de Processo: Planejamento da Capacidade

Tecnologia de Processamento de Materiais

Tecnologia de Processamento de Informações

Desenvolvimento e Transferência de Tecnologia

Avaliação do impacto ambiental dos processos produtivos

UNIDADE IV - PLANEJAMENTO E CONTROLE DA PRODUÇÃO

Objetivos e finalidades dos Sistemas de PCP

PCP e Sistemas de Produção Personalizada

PCP e Sistemas da Produção Padronizada

PCP e Sistemas de Projetos

Sistemas de Seqüenciamento e Emissão de Ordens de Produção/Serviços

Técnicas de Programação e Controle de Atividades

UNIDADE V - PLANEJAMENTO DE DEMANDA

Etapas de um modelo de previsão

Técnicas de previsão

Previsões Baseadas em Séries Temporais

Previsões Baseadas em Correlações

Manutenção e monitoração do modelo

UNIDADE VI - SISTEMAS DE ADMINISTRAÇÃO DA PRODUÇÃO (SAP)

Definição dos Sistemas de Administração da Produção (SAP)

O SAP e os Custos
O SAP e a qualidade
O SAP, a velocidade e a confiabilidade de entrega
O SAP e a flexibilidade
O SAP e a gestão da rede de suprimentos

MÉTODOS DE APRENDIZAGEM

Discussões de vídeos, artigos e reportagens
Painéis e seminários
Estudos de casos
Aulas de campo em empresas



Período: 5º

Curso: Administração

Disciplina: Gestão Ambiental e Desenvolvimento Sustentável

Carga Horária: 60

EMENTA

A relevância da ecologia à conservação ambiental. Alguns tipos de poluição ambiental e a violação dos direitos humanos. Ambientes degradados. Os instrumentos de Gestão Ambiental. Como elaborar um projeto de Gestão Ambiental? A prática da Gestão Ambiental. O conceito de Desenvolvimento Sustentável.

OBJETIVOS

Repassar subsídios fundamentais ao entendimento da importância da Gestão Ambiental e Desenvolvimento Sustentável. Com o repasse destes subsídios: ensinar sobre os conceitos de ecologia, ecossistemas e interações; exemplificar sobre poluição e danos ambientais; explicar sobre como elaborar projetos e utilizar instrumentos de intervenção sócio-ambiental, gestão e desenvolvimento sustentável; promover, nos alunos, a mudança de paradigmas e a motivação para atuar nesta área tão necessária à nossa

sobrevivência e à conservação do máximo de qualidade de vida para os nossos filhos, netos e futuras gerações.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – ECOLOGIA E MEIO AMBIENTE

O conceito de Ecologia.

Definição de Ecossistema e Meio Ambiente.

Os níveis hierárquicos.

Os ecossistemas global, regionais e locais.

Compartimentos naturais e urbanizados.

Interações ecológicas: intra-específicas e interespecíficas.

A cadeia alimentar e a produção de alimento e energia natural.

Os ciclos biogeoquímicos – exemplos mais importantes.

Equilíbrio ecológico.

A relevância da ecologia à conservação dos ambientes organizados.

UNIDADE II – O ESTADO DOS AMBIENTES

Ambientes brasileiros e suas características.

Áreas desmatadas e desertificadas.

Ambientes aquáticos erodidos.

Ambientes Marinhos Costeiros e Oceânicos Degradados.

Aterros Sanitários.

O Efeito Estufa.

O Aquecimento Global.

Mudanças Climáticas.

UNIDADE III – POLUIÇÃO AMBIENTAL E DANOS À QUALIDADE DE VIDA

Poluição ambiental natural.

Poluição ambiental antrópica.

Desigualdade social e pobreza.

Violência.

Direitos humanos.

UNIDADE IV – INSTRUMENTOS DE GESTÃO AMBIENTAL E ELABORAÇÃO DE UM PROJETO DE INTERVENÇÃO SÓCIO-AMBIENTAL

Legislação Ambiental.

Auditoria Ambiental.

Análise Ambiental (EIA, AIA, RIMA e Monitoramento Ambiental).

Educação Ambiental.

Direito Ambiental.

Políticas Públicas. Audiência Pública.

A pesquisa sobre o ambiente que sofrerá a intervenção sócio-ambiental.

O planejamento da ação de intervenção.

A otimização de projetos pela Conservação Ambiental e Qualidade de Vida.

UNIDADE V – GESTÃO AMBIENTAL E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Princípios norteadores da Gestão Ambiental.

Associações de Administração Ambiental.

Compromissos. Planos de Ações.

Função Social e Ações Participativas.

Desenvolvimento Econômico.

Desenvolvimento Sustentável.



Período: 5º

Curso: Administração

Disciplina: Prática V

Carga Horária: 15

EMENTA

Viabilidade mercadológica do negócio, definição do segmento de mercado, políticas mercadológicas buscando posicionar e direcionar a empresa para o caminho do sucesso, garantindo a subsistência da mesma no ambiente de alta competitividade.

OBJETIVOS

Capacitar os alunos, através de uma visão teórica e prática, a:

Compreender os principais conceitos e, discutir sua importância dentro das estratégias de negócios;

Desenvolver competências que permitam visualizar e entender as organizações em geral e permitir sua atuação de forma empreendedora;

Promover estudos de viabilidade mercadológica do negócio;

Definir a segmentação do mercado, as políticas mercadológicas, a viabilidade econômica, buscando direcionar e posicionar o negócio para o caminho do sucesso, garantindo a subsistência da mesma em mercados altamente competitivos.



Período: 6º

Curso: Administração

Disciplina: Pesquisa e Planejamento de Marketing

Carga Horária: 75

EMENTA

Estudo do sistema de informação de marketing, pesquisa de marketing planejamento de marketing, comportamento do consumidor.

OBJETIVOS

Possibilitar aos alunos conhecerem o processo de pesquisa de marketing e suas aplicações, os sistemas de informações de marketing, o processo de planejamento de marketing assim como o comportamento do consumidor.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – PESQUISA DE MARKETING

Conceitos, primeira etapa de um projeto de pesquisa: Definição do problema

Segunda etapa: Definição dos objetivos

Terceira etapa: Definição dos métodos de pesquisa

Quarta etapa: Definição dos métodos de coleta de dados

Quinta etapa: Elaboração de formulários para coleta de dados

Sexta etapa: Definição da amostra

Sétima etapa: Coleta, tabulação e análise dos dados

Oitava etapa: Elaboração do relatório final

UNIDADE II – SISTEMAS DE INFORMAÇÕES DE MARKETING

Conceitos importância e papéis

Subsistemas: Registros Internos e Pesquisa de Marketing

Subsistemas: Inteligência de Marketing

UNIDADE III – PLANEJAMENTO DE MARKETING

Etapas do planejamento de marketing

MÉTODOS DE APRENDIZAGEM

Apresentação de caso – Transvideo

Pesquisa de mercado

Palestra de pesquisadores profissionais (Instituto Verus)



Período: 6º

Curso: Administração

Disciplina: Gestão da Qualidade

Carga Horária: 75

EMENTA

Aspectos históricos, técnicos e estratégicos da Gestão da Qualidade nas organizações. Gestão da Qualidade nos Processos. ISO 9000 como modelo de gestão da Qualidade. Outros sistemas de gestão da qualidade. Implementação da ISO 9001.

OBJETIVOS

Promover o comprometimento pessoal com a qualidade dos processos e dos serviços através do estudo da evolução histórica da qualidade, da reflexão sobre o enfoque dos diversos autores. Capacitar os estudantes para o uso das ferramentas de controle dos processos. Proporcionar compreensão da aplicabilidade da ISO 9001 como modelo de gestão e a sua implementação.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – HISTÓRICO E EVOLUÇÃO DA GESTÃO DA QUALIDADE

A gestão da qualidade na visão dos seus principais autores
Princípios fundamentais para o gerenciamento da qualidade
Tendências e desafios da qualidade nos ambientes competitivos – a concepção moderna da qualidade
A qualidade e a plena satisfação do consumidor

UNIDADE II – AS FERRAMENTAS DE CONTROLE DOS PROCESSOS

A abordagem de Processos e a Gestão da Qualidade
A qualidade numa cadeia de processos
A construção de Indicadores de Desempenho em processos
Análise e melhoria de processos
Análise de Pareto
Análise de Causa e Efeito
Controle Estatístico de Processos
Histograma

UNIDADE III – OS ASPECTOS HUMANOS DA GESTÃO DA QUALIDADE

Equipes de melhoria da qualidade
Os aspectos humanos da qualidade
Ferramentas de trabalho em equipe – brainstorming, NGT
O MASP - Metodologia de Análise e Solução de Problemas

UNIDADE IV – A GESTÃO ESTRATÉGICA DA QUALIDADE

Gerenciamento pelas Diretrizes
O ciclo PDCA no controle da qualidade total
A organização para a qualidade (Política, diretrizes, o manual de procedimentos)
Sistemas de gestão da qualidade (5S's, PNQ, outros)

UNIDADE V – A ISO 9000 COMO MODELO DE GESTÃO DA QUALIDADE

Histórico da ISO 9000

Estrutura conceitual da ISO 9001

Os requisitos da ISO 9001

A implantação da ISO 9001

MÉTODOS DE APRENDIZAGEM

Estudos de caso, reportagens, artigos

Seminários e debates

Discussão de vídeos

Pesquisas de campo em empresas

Aulas de campo em empresas com Sistemas de Gestão da Qualidade



Período: 6º

Curso: Administração

Disciplina: Relações Trabalhistas

Carga Horária: 60

EMENTA

Visão geral do Direito do Trabalho. Rotinas de admissão e de demissão, e suas obrigações legais. Regimes de trabalho. Rotina de folha de Pagamento. Fiscalização do Ministério do Trabalho e da Previdência Social. Contratos Especiais.

OBJETIVOS

Capacitar o aluno a gerir as diversas implicações legais das relações trabalhistas ligadas às organizações

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – INTRODUÇÃO AO DIREITO DO TRABALHO

Normas jurídicas e fontes do Direito do Trabalho

Direito Constitucional e o Direito do Trabalho

Sujeitos na relação de trabalho

UNIDADE II – ROTINAS DE ADMISSÃO E AS OBRIGAÇÕES

Admissão de adultos e admissão de menores

Contrato de experiência e contrato de estágio

UNIDADE III – REGIMES DE TRABALHO E ROTINAS

Regime de trabalho, jornada de trabalho e trabalho noturno

Descanso semanal remunerado, compensação e viagens a serviço

Faltas e atrasos, redução da jornada de trabalho e redução de salário

UNIDADE V – ROTINA DE FOLHA DE PAGAMENTO

Cálculo dos valores devidos

Descontos legais

Guias de Recolhimento

UNIDADE V – ROTINA DE DESLIGAMENTO E AS OBRIGAÇÕES

Documentação e verbas rescisórias

Apuração dos valores que entram na rescisão e AM para movimentação do FGTS

Situação especial das instituições filantrópicas

Levantamento de contas paralisadas, acordo, homologação e recibo de quitação

Falecimento do empregado

UNIDADE VI – ROTINA DE FISCALIZAÇÃO DO TRABALHO E DA PREVIDÊNCIA

Exigências legais do Ministério do Trabalho

Exigências legais da Previdência Social

UNIDADE VII – CONTRATOS ESPECIAIS

Trabalho Temporário e Trabalho doméstico

Trabalho técnico estrangeiro

Trabalho do vendedor autônomo, trabalho interino

Trabalho de prazo determinado e restrições de contrato após a rescisão

Terceirização e quarteirização

MÉTODOS DE APRENDIZAGEM

Painéis e seminários

Estudos de casos

Entrevistas com profissionais dos setores envolvidos



Período: 6º

Curso: Administração

Disciplina: Análise das Demonstrações Contábeis

Carga Horária: 75

EMENTA

Estudos sobre a composição e interpretação das demonstrações contábeis, reconhecimento dos métodos e técnicas utilizados na realização da análise financeira.

OBJETIVOS

Possibilitar aos alunos condições básicas para realizar análise e interpretação das demonstrações, através da transformação de linguagem técnica contábil em linguagem de usuário a fim de verificar as situações econômica, financeira e patrimonial atuais da entidade bem como suas tendências.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – INTRODUÇÃO

Objetivos da análise; usuários da análise de balanços.

UNIDADE II - DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

Estrutura das Demonstrações Financeiras

UNIDADE III – PADRONIZAÇÃO DAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

Exercícios práticos; análise comparativa

UNIDADE IV – ANÁLISE ATRAVÉS DE ÍNDICES

Índices-Padrão: metodologia de cálculo

Índices de Estrutura de Capital: Participação de Capitais de Terceiros – sobre Patrimônio Líquido e sobre Recursos Totais; Composição do Endividamento, Garantia do Capital Próprio ao Capital de Terceiros; Imobilização do Patrimônio Líquido.

Índices de Liquidez: Liquidez Geral; Liquidez Corrente; Liquidez Seca; Liquidez Imediata

Índices de Rentabilidade: Giro do Ativo; Margem Líquida; Retorno sobre Investimento; Retorno sobre Patrimônio Líquido; Lucro Líquido por Ação

Índices de Atividade: Necessidade de Capital de Giro; Prazo Médio de Recebimento de Vendas; Prazo Médio de Pagamento de Compras; Prazo Médio de Renovação de Estoques (Giro de Estoques); Posicionamento de Atividade; Cobertura de Juros, Ebtida

UNIDADE V – ANÁLISE VERTICAL E HORIZONTAL

Exercícios práticos; Análises comparativas

METODOLOGIA DE ENSINO

Exposição; estudos dirigidos em grupo e/ou individual; discussões em pequenos e grandes grupos, apresentação de seminários.



Período: 6º

Curso: Administração

Disciplina: Estágio I

Carga Horária: 90

EMENTA

As atividades de Estágio devem propiciar a complementação do ensino e da aprendizagem, a fim de se constituir em elemento de integração entre teoria e prática.

OBJETIVOS

O estágio no curso de Administração da Universo tem por objetivo a consolidação teórico / prática de conteúdos, habilidades e atitudes trabalhados durante todo o curso.

I - Proporcionar ao acadêmico a abordagem e o aprofundamento de temas relacionados à Administração.

II - Propiciar ao acadêmico a oportunidade de aplicar os conhecimentos teóricos adquiridos durante o curso.

III - Prepará-lo para a realidade da vida organizacional.



Período: 7º

Curso: Administração

Disciplina: Temas Emergentes

Carga Horária: 30

EMENTA

Macro-ambientes. A empresa e as principais mudanças. Comunicação e informação. Responsabilidade Social das empresas. Globalização. Blocos econômicos. Meio Ambiente

OBJETIVOS

Possibilitar aos alunos conhecimentos teóricos e práticos sobre obtenção e análise de temas emergentes que afetem ou que possam afetar a sociedade e as funções das empresas: Marketing, Produção, Finanças e Recursos Humanos, Sistemas de Informações.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – MACROAMBIENTE-MEGATENDÊNCIAS

Ambiente tarefa e ambiente geral

Ambientes: econômico; natural, tecnológico e sócio cultural e as megatendências.

UNIDADE II – A EMPRESA E AS PRINCIPAIS MUDANÇAS

Ênfase no ambiente- Pensar globalmente e agir localmente

Mudando as organizações a partir das mudanças individuais.

Processo de mudança;

Tipos de Mudanças organizacionais

Clima organizacional, cultura organizacional e diretrizes estratégicas.

Adaptação Ambiental-Estrutura organizacional alongada X estrutura estreita.

Desenhos mecanicista –burocracia x Desenhos orgânicos- adhocracia.

Ênfase nas tarefas e funções X Ênfases no cliente e nos processos

Conceitos: Benchmarking, Downsizing; Empowerment; Fatores críticos do sucesso;

Focalização; Terceirização (outsourcing)

A preocupação das organizações do futuro.

A Inteligência emocional e a Inteligência competitiva;

Conhecimento; Gestão do conhecimento; Capital intelectual

Ética e comportamento ético.

UNIDADE III-COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO

Conceitos de: Dados, Informação e comunicação;

Troca de informações e-mail e evolução;

-e-commerce e tipos de troca de informações entre empresas.

As relações de negócios pela Internet

UNIDADE IV – RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS

Conceito de Responsabilidade social

Obrigações das organizações socialmente responsáveis.

Estratégias de responsabilidade social: econômicas, legais, éticas, espontâneas e voluntárias.

Casos práticos

UNIDADE V – GLOBALIZAÇÃO

Conceito e características.

Oportunidades e desafios

Estágios do processo de globalização

Meios de internacionalizar as organizações

A Mudança tecnológica e a informação

O novo perfil do emprego

A importância do setor não lucrativo (o terceiro setor)

UNIDADE VI – BLOCOS ECONÔMICOS

União Européia; Nafta; Mercosul; Formação da Alca, Comunidade Andina e Aladi.

UNIDADE VII – MEIO AMBIENTE

Eco 92; Protocolo de Kyoto e Agenda 21.

Posição do Brasil e de outros países.

MÉTODOS DE APRENDIZAGEM

Leitura, análise e debates de textos selecionados.

Pesquisa na Internet, seminários e apresentação dos alunos



Período: 7º

Curso: Administração

Disciplina: Planejamento Estratégico

Carga Horária: 60

EMENTA

Conceito, construção de cenários, avaliação de forças competitivas, e estrutura de mercado, metodologia básica para formular planejamento estratégico

OBJETIVOS

Possibilitar aos alunos conhecerem os aspectos relevantes da avaliação de ambientes competitivos, avaliação de forças que interferem na estratégia corporativa, formulação estratégica, metodologia para implantação de planejamento estratégico.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – PROCESSO DE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Processo de Planejamento Estratégico

Missão e Definição de Negócio
Construção de Cenários, Diagnóstico Estratégico
Estabelecimento de Objetivos e Metas
Interação entre cenários, missão e objetivos

UNIDADE II – AVALIAÇÃO DE ESTRUTURA DE MERCADO

Apresentação das forças que atuam na indústria.
Ameaças de entrada em mercados.
Forças que influenciam a competição de mercados.
Pressão dos produtos substitutos, dos clientes e dos fornecedores.
Estratégias competitivas genéricas.

UNIDADE III – ANÁLISE DAS COMPETÊNCIAS ESSENCIAIS

Definição de competências essenciais
Processo de levantamento das competências essenciais

UNIDADE IV – ELABORAÇÃO DE PLANOS DE AÇÃO FUNCIONAIS

Estrutura de um plano de ação estratégico.
Interação entre cada plano de ação funcional com o cenário proposto e com as estratégias corporativas.

INFLUÊNCIA DOS PLANOS DE AÇÃO NO ORÇAMENTO DAS EMPRESAS

UNIDADE V – ESTUDOS DE CASOS

Estudo de caso com foco no processo de planejamento estratégico
Estudo de caso com base em elaboração de planos de ação estratégicos funcionais

MÉTODOS DE APRENDIZAGEM

Painéis, seminários e debates

Estudos de caso

Pesquisas de mercado



Período: 7º

Curso: Administração

Disciplina: Administração de Sistemas de Informações

Carga Horária: 60

EMENTA

História e perspectivas do desenvolvimento tecnológico em sistemas de informações. Estratégias de informação. Plano de desenvolvimento de informações. Avaliação da qualidade de softwares. Reengenharia de sistemas de informação. Modelagem de softwares (Modelo de Entidade e relacionamento - MER, e Diagrama de Fluxo de Dados - DFD). Novas tecnologias que auxiliam e modificam a forma de gerenciar dos administradores.

OBJETIVOS

Capacitar os alunos a:

Compreender as possibilidades tecnológicas atuais e as perspectivas futuras dos sistemas de informação;

Distinguir os diversos modelos de sistemas de informações corporativos;

Compreender e estabelecer estratégias de informação para organizações;

Avaliar a qualidade de softwares;

Entender a importância e aplicabilidade de modelagem de sistemas;

Utilizar tecnologias de estruturação de sistemas que promovem a mudança de abordagens administrativas

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – HISTÓRICO E CONCEITOS

Histórico do desenvolvimento dos sistemas de informação;

Impacto da evolução dos sistemas de informações no gerenciamento das organizações;
Perspectivas futuras - o estado da arte em desenvolvimento de sistemas de informações e os impactos no dia-a-dia das organizações.

UNIDADE II – ESTRATÉGIA E PLANOS DE DESENVOLVIMENTO DE INFORMAÇÃO

Decisões estratégicas no desenvolvimento de sistemas de informação;
O desenvolvimento dos sistemas de informação com base nas perspectivas estratégicas das organizações;
Elaboração de planos de desenvolvimento e evolução dos sistemas;
Redes, plataformas, integração de sistemas, Internet e outras tecnologias atuais;

UNIDADE III – TIPOS DE SISTEMAS DE INFORMAÇÃO

Sistemas de Processamento de Transações;
Sistemas de Informação Gerencial – SIG;
Sistemas de Suporte às Decisões;
Sistemas Especialistas.

UNIDADE IV – AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DE SOFTWARE

CrITÉrios de avaliação de software - utilidade, aplicabilidade e relação custo-benefício para as organizações

UNIDADE V – METODOLOGIAS DE MODELAGEM DE SISTEMAS

Análise Estruturada;
Análise Essencial;
Tecnologia de Modelagem de Objetos;
MER - Modelo de Entidade e Relacionamento;
DFD - Diagrama de Fluxo de Dados.



Período: 7º

Curso: Administração

Disciplina: Economia Internacional

Carga Horária: 60

EMENTA

Definição e objetivos. Dívida externa. Taxa de Câmbio

OBJETIVOS

Capacitar os alunos a reconhecer a estrutura e o funcionamento do balanço de Pagamento do Brasil, do endividamento externo, dos tipos de mecanismos para a operação com taxas de câmbio.

Possibilitar uma visão crítica e reflexiva sobre a natureza do endividamento e sobre as alternativas de negociação e de eliminação da dívida externa brasileira.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – DEFINIÇÃO DE OBJETIVOS

Conceitos básicos

Estrutura do B. P.

Contabilidade do B. P., exemplo teórico

Conceito de equilíbrio

Equilíbrio contábil

Equilíbrio econômico

Montagem do B. P.

Kiato de recursos reais

Balanço de pagamento do Brasil

UNIDADE II – DÍVIDA EXTERNA

Definição

Relação entre dívida líquida e exportações caso brasileiro

Coefficiente de vulnerabilidade - caso brasileiro

Política de endividamento externo no Brasil

UNIDADE III – TAXA DE CÂMBIO

Definição

Mecanismo de determinação da taxa de câmbio

Política cambial brasileira

MÉTODOS DE APRENDIZAGEM

Painéis e seminários

Oficina de leitura de jornais, revistas e documentos de mercado

Pesquisas de campo em feiras livres e empresas de varejo



Período: 7º

Curso: Administração

Disciplina: Estágio II

Carga Horária: 90

EMENTA

As atividades de Estágio devem propiciar a complementação do ensino e da aprendizagem, a fim de se constituir em elemento de integração entre teoria e prática.

I - Proporcionar ao acadêmico a abordagem e o aprofundamento de temas relacionados à Administração.

II - Propiciar ao acadêmico a oportunidade de aplicar os conhecimentos teóricos adquiridos durante o curso.

III - Prepará-lo para a realidade da vida organizacional.

OBJETIVOS

O estágio no curso de Administração da Universo tem por objetivo a consolidação teórico / prática de conteúdos, habilidades e atitudes trabalhados durante todo o curso.



Período: 7º
Curso: Administração
Disciplina: Orçamento
Carga Horária: 60

EMENTA

Orçamento empresarial e visão gerencial do processo orçamentário; Preparação e elaboração de planilhas orçamentárias; O orçamento como instrumento de avaliação e análise da Demonstração de Resultados; O orçamento como instrumento de avaliação e análise do Balanço Patrimonial; O orçamento como instrumento de avaliação e análise do Fluxo de Caixa; Particularidades das empresas não industriais

OBJETIVOS

Possibilitar aos alunos condições para realizarem e analisarem orçamento empresarial e o seu controle

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – ORÇAMENTO EMPRESARIAL E VISÃO GERENCIAL DO PROCESSO ORÇAMENTÁRIO

O orçamento como ferramenta de gestão financeira

Análise dos ambientes Externo e Interno

Definição dos objetivos gerais e específicos

Definição das Políticas organizacionais

UNIDADE II – PREPARAÇÃO E ELABORAÇÃO DE PLANILHAS ORÇAMENTÁRIAS

Orçamento de Vendas: das despesas comerciais, dos impostos e abatimentos, dos preços e de quantidade

Orçamento de MKT: gastos com publicidade e propaganda

Orçamento de Produção: determinação da necessidade de produção, avaliação da capacidade produtiva e identificação de investimentos

Orçamento de Compras: análise dos níveis de estoque e provisões para compras

Orçamento de Mão-de-Obra Direta: decisões entre contratar, horas-extras ou terceirizar;

Orçamento dos Custos Indiretos de Fabricação: Gastos na Indústria

Orçamento de Despesas Administrativas

Orçamento de Capitais: aplicações e empréstimos

Orçamento dos Custos dos Produtos Vendidos – CPV

UNIDADE III – O ORÇAMENTO COMO INSTRUMENTO DE AVALIAÇÃO E ANÁLISE DA DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS

Análise de desempenho projetado confrontado com os objetivos traçados

Análise dos Centros de Resultados

Controle das variações orçamentárias e análise de desempenho – Plano de Ação

UNIDADE IV - O ORÇAMENTO COMO INSTRUMENTO DE AVALIAÇÃO E ANÁLISE DO BALANÇO PATRIMONIAL

Análise de desempenho projetado confrontado com os objetivos traçados

Controle das variações orçamentárias e análise de desempenho – Plano de Ação

UNIDADE V - O ORÇAMENTO COMO INSTRUMENTO DE AVALIAÇÃO E ANÁLISE DO FLUXO DE CAIXA

Análise de desempenho projetado confrontado com os objetivos traçados

Controle das variações orçamentárias e análise de desempenho – Plano de Ação

UNIDADE VI - PARTICULARIDADES DAS EMPRESAS NÃO INDUSTRIAIS

As empresas comerciais

As empresas prestadoras de serviços com ou sem fins lucrativos



Período: 8º

Curso: Administração

Disciplina: Temas Emergentes em Serviços

Carga Horária: 30

EMENTA

Serviços. Equação do Valor para o Cliente. A polarização do varejo. O cenário da nova economia. A tecnologia e a vida em tempo real. A busca pela compra com desconto. O Varejo tradicional versus a Internet. Organizações não varejistas.

OBJETIVOS

Possibilitar aos alunos conhecimentos teóricos e práticos sobre obtenção e análise de temas emergentes em serviços que afetem ou que possam afetar a sociedade e as funções das empresas: Marketing, Produção, Finanças e Recursos Humanos, Sistemas de Informações.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – SERVIÇOS

Conceito;

Características diferenciadoras dos serviços;

Tipologia: Serviços baseados em equipamentos e baseados em pessoas;

Serviços comerciais e serviços não comerciais.

UNIDADE II – EQUAÇÃO DO VALOR PARA O CLIENTE

Necessidades, desejos, demanda;

Comportamento do consumidor;

Valor :Abstração mutável. Os atributos do mais e os atributos do menos;

Reflexos.

UNIDADE III - POLARIZAÇÃO DO VAREJO

Polarização do varejo

Tipos de varejistas tradicionais

Evolução do varejo

Novos blocos de concentração do varejo: Emoção razão e conveniência

Eliminação de barreiras x modelos híbridos de varejo

UNIDADE IV - O CENÁRIO DA NOVA ECONOMIA

Megatendências: Demografia; perfil do cliente; crescimento moderado da demanda a mulher consumidora; flexibilização do atendimento e do relacionamento;

A globalização x as diferenças locais

UNIDADE V - A TECNOLOGIA E A VIDA EM TEMPO REAL

A massificação da customização

A Venda direta e o conflito de canais

As dimensões da Qualidade dos Serviços

Sistemas de informações sobre a qualidade dos serviços

Pesquisas: transacionais, de marketing, clientes novos, clientes desistente e ex-clientes

Compra misteriosa, entrevistas com grupos de foco, escala SERVQUAL

Hiperconveniência: Serviços de entrega de alimentos; a mudança de formato de loja para o ONE STOP SHOP, conceito de lojas de moda por estilo de vida com o formato

TOTAL LOOK e Canais de conveniência: quiosques, vendas domiciliar, venda via televisão e Internet.

UNIDADE VI - A BUSCA PELO COMPRA COM DESCONTO

As Estratégias do desconto x a do menor preço todo dia

UNIDADE VII - O VAREJO TRADICIONAL VERSUS A INTERNET

Empresas virtuais versus as empresas físicas

Vantagens do varejo tradicional

Vantagens das empresas PURE PLAY

Operação multicanal –Cases brasileiros

Empresas PONTOCOM tendo que provar a viabilidade econômica e financeira

Mobilidades: M- commerce B2B, M-Commerce B2C, M-Commerce B2E

UNIDADE VIII - POSSIBILIDADES PARA OUTROS TIPOS DE ORGANIZAÇÕES

Consultórios e clínicas. Hospitais, Consultorias, Universidades, cabeleireiros

MÉTODOS DE APRENDIZAGEM

Leitura, análise e debates de textos selecionados.

Pesquisa na Internet, seminários e apresentação dos alunos



Período: 8º
Curso: Administração
Disciplina: Negociação
Carga Horária: 60

EMENTA

A história da arte de negociar , conceitos, o ambiente de negócios e a ética na negociação. Os requisitos básicos, as habilidades necessárias para a negociação. Os estilos de negociação , a negociação internacional. Exercícios e simulações num ambiente de negócios.

OBJETIVOS

Desenvolver nos alunos a habilidade de negociação em diversos níveis aplicados ao ambiente interno e externo às organizações, preparando-os para a negociação nacional, internacional, governamental e não governamental, numa perspectiva de inserção no mercado globalizado.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – A NEGOCIAÇÃO E O AMBIENTE DE NEGÓCIOS

A realidade dos negócios e a negociação: pontos de vistas conflitantes
Dado, Informação e Sistema de informação para a negociação
Os sete elementos básicos da negociação
Ética nas negociações

UNIDADE II – REQUISITOS BÁSICOS E HABILIDADES PARA A NEGOCIAÇÃO

Etapas da Negociação (Preparação – Proposição – Debate - Acordo)
Análise dos competidores, do mercado, e dos negociadores
Barreiras encontradas na negociação
Fatores que influenciam a negociação – poder, tempo e informação

Habilidades essenciais aos negociadores

Negociações: gerenciais, comerciais, jurídicas, empresariais, individuais, grupais, sindicais, e-commerce, e-money

UNIDADE III – ESTILOS DE NEGOCIAÇÃO

Os diferentes estilos de negociação.

UNIDADE IV - NEGOCIAÇÃO INTERNACIONAL

O negociador transcultural, características e habilidades

Negociação em ambiente de economia globalizada – Perspectivas, Mecanismos e Instituições

Estratégias de Desenvolvimento Regional - Novos Negócios

MÉTODOS DE APRENDIZAGEM

Exercícios e Simulações do ambiente de negociação

Jogos de empresa

Dinâmicas de grupo



Período: 8º

Curso: Administração

Disciplina: Gestão de Mudanças e Transformação Organizacional

Carga Horária: 60

EMENTA

Mudança e transformação organizacional. Patologias organizacionais. O processo de mudança planejada. Aprendizagem como base para a mudança contínua.

OBJETIVOS

Possibilitar ao aluno a compreensão das diferenças entre mudança planejada e não planejada, e capacitá-lo a promover a mudança através de metodologias de diagnóstico

organizacional, do planejamento orientado para a adaptação e alinhamento da organização, e da visão sistêmica do contexto da mudança. Possibilitar ao aluno reconhecer os valores e comportamentos humanos favoráveis e desfavoráveis à mudança

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – MUDANÇA E TRANSFORMAÇÃO ORGANIZACIONAL

A transformação organizacional à luz do pensamento sistêmico

O ambiente - tendências e cenários em mutação - Teoria da Complexidade e Teoria do Caos

A lógica do desenvolvimento organizacional - estágios de vida de uma organização

O processo de deterioração organizacional

Patologias organizacionais (doenças, patologias, disfunções)

UNIDADE II – PROCESSO DE MUDANÇA PLANEJADA

Modelos de processo de mudança

Mudança planejada e não planejada

O universo comportamental das organizações - valores e crenças

A aprendizagem - o cerne do processo de desenvolvimento

O diagnóstico como instrumento para o processo de mudança e transformação organizacional

O processo de intervenção nas organizações

Administração da criatividade e da inovação no processo de mudança - a importância do fator gerencial no processo de mudança contínua.

MÉTODOS DE APRENDIZAGEM

Dinâmicas de grupo

Estudos de casos

Jogos de empresa

Aulas de campo em empresas



Período: 8º

Curso: Administração

Disciplina: Gestão de Empresas de Serviços

Carga Horária: 60

EMENTA

O crescimento do setor de serviços e sua importância na economia moderna. O serviço numa abordagem experiencial. Gestão da Qualidade em Serviços. Orientação Estratégica para o Serviço. O Triângulo do Serviço.

OBJETIVOS

Promover a compreensão das peculiaridades das empresas de serviço em relação às organizações industriais e as implicações sobre a sua gestão, com foco na gestão da qualidade, na gestão de pessoas e na Estratégia de Serviço.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – EMPRESAS INDUSTRIAIS X EMPRESAS DE SERVIÇOS

O nascimento da ciência da administração na indústria
A evolução da participação dos serviços na economia
Os serviços na economia moderna

UNIDADE II – O SERVIÇO NUMA ABORDAGEM EXPERIENCIAL

Jan Carlzon e as Horas da Verdade
As características básicas (Intangibilidade, simultaneidade, perecibilidade e variabilidade) numa visão de produto
Os serviços numa abordagem experiencial
Os aspectos psicológicos do serviço
Os processos como suporte às Interações de Serviço
Padronização X Personalização dos serviços

O foco nos processos e o foco nas interações

UNIDADE III – O MARKETING DE SERVIÇOS

Os serviços além dos 4 P's

As quatro chaves do Marketing dos Serviços – Preço, Marca, Apresentação e Relacionamento

UNIDADE IV – A GESTÃO DA QUALIDADE NOS SERVIÇOS

O Ciclo dos Serviços

Indicadores de Desempenho em serviços

Empresas estrategicamente orientadas para os serviços

A pirâmide invertida e o papel gerencial em serviços

A humanização dos serviços

MÉTODOS DE APRENDIZAGEM

Dinâmicas de grupo

Estudos de casos

Jogos de empresa

Aulas de campo em empresas



Período: 8º

Curso: Administração

Disciplina: Estágio III

Carga Horária: 90

EMENTA

As atividades de Estágio devem propiciar a complementação do ensino e da aprendizagem, a fim de se constituir em elemento de integração entre teoria e prática. Proporcionar ao acadêmico a abordagem e o aprofundamento de temas relacionados à Administração. Propiciar ao acadêmico a oportunidade de aplicar os conhecimentos teóricos adquiridos durante o curso. Prepará-lo para a realidade da vida organizacional.

OBJETIVOS

O estágio no curso de Administração da Universo tem por objetivo a consolidação teórico / prática de conteúdos, habilidades e atitudes trabalhados durante todo o curso.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Conforme regulamento próprio. Regulamento de Estágio Supervisionado

OPTATIVAS



Curso: Administração

Disciplina: Linguagem Brasileira de Sinais

Carga Horária: 30

EMENTA

Introdução: aspectos clínicos, educacionais e sócio-antropológicos da surdez. A Língua de Sinais Brasileira - Libras: características básicas da fonologia. Noções básicas de léxico, de morfologia e de sintaxe com apoio de recursos audio-visuais; Noções de variação. Praticar Libras: desenvolver a expressão visual-espacial.

OBJETIVOS

Capacitar os futuros professores e fonoaudiólogos para utilizarem a Libras como língua de instrução e comunicação com os surdos;

Desenvolver no profissional a habilidade para trabalhar com a transversalidade em termos de temática e de competências e compreensão das diferenças;

Formar um profissional com atitudes éticas com relação a si mesmo e à sociedade.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I - INTRODUÇÃO AO ESTUDO DE LIBRAS

Breve introdução aos aspectos clínicos, educacionais e sócio-antropológicos da surdez.

Alfabeto manual ou dactilológico.

Sinal-de-Nome.

Características básicas da fonologia de Libras: configurações de mão, movimento, locação, orientação da mão, expressões não-manuais.

Praticar Libras: o alfabeto, expressões manuais e não manuais.

UNIDADE II - AS MÚLTIPLAS LINGUAGENS

Sistematização do léxico: Números.

Expressões socioculturais positivas: cumprimento, agradecimento, desculpas etc.

Expressões socioculturais negativas: desagrado, impossibilidade etc.

Introdução à morfologia da Libras: nomes (substantivos e adjetivos), alguns verbos e alguns pronomes.

Praticar Libras: diálogos curtos com vocabulário básico.

UNIDADE III - SOCIOLINGÜÍSTICA EM LIBRAS

Noções de tempo e de horas.

Aspectos sociolingüísticos: variação em Libras.

Noções da sintaxe da Libras: frases afirmativas e negativas.

Praticar Libras: diálogo e conversação com frases simples.



Curso: Administração

Disciplina: Gestão de Empresa Familiar

Carga Horária: 30

EMENTA

Singularidades de uma Empresa Familiar; Principais Características; Papeis e Relações Familiares; O processo de Sucessão.

OBJETIVOS

Disponibilizar ao corpo discente competências para a compreensão dos fundamentos teóricos apropriados para se obter sucesso na gestão de uma empresa familiar. Dotando-os de habilidades para promover avaliação crítica das principais técnicas de gestão.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – SINGULARIDADES DE UMA EMPRESA FAMILIAR

Cultura e Ambiente de Tomada de Decisão

Conceito

UNIDADE II – PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS

Decisões de negócios e decisão de família

Vantagens do Envolvimento da Família no Negócios

A cultura da Empresa Familiar

Relação com os Membros que não Pertencem a Família

UNIDADE III – PAPEIS E RELAÇÕES FAMILIARES

O Fundador

Casais no Negócio

Filhos e Filhas

A entrada de Parentes

O Cônjuge do Empreendedor

Retiros e Conselho de Família

UNIDADE IV – O PROCESSO DE SUCESSÃO

Escolha do Sucessor.

O Processo de Sucessão

Pais Relutantes e Filhos Ambiciosos

Padrões Culturais e Sucessão na Liderança

Gerenciamento do Processo de Sucessão

MÉTODOS DE APRENDIZAGEM

Exibição e discussão de vídeos

Estudos de caso

Painéis temáticos

Aulas de campo em empresas



Curso: Administração

Disciplina: Gestão do 3º Setor

Código: Carga Horária: 45

EMENTA

Campo das Organizações Estado e Mercado; Como criar uma ONG; Desenvolvimento dos Modelos de Estatuto, Atas, Registro e Estrutura Administrativa. Gestão de Organizações Não Governamentais

OBJETIVOS

Distinguir os diversos tipos de Organização nos Setores; bem como os modelos de gestão das organizações pelos tipos de setores. Identificar os modelos de gestão do 3º setor bem como as perspectivas para as entidades do 3º setor. Saber como criar uma ONG. Bem como saber como se desenvolve a gestão das ONG'S.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

INTRODUÇÃO - CAMPO DAS ORGANIZAÇÕES ESTADO E MERCADO

- O 1º Setor: Organização; Constituição e Características.
- O 2º Setor: Organização; Constituição e Características.
- O 3º Setor: Organização; Constituição e Características.
- MODELO DE GESTÃO DAS ORGANIZAÇÕES, POR SETOR
- O MODELO DE GESTÃO DE 3º SETOR : ALGUMAS CONSIDERAÇÕES
- PERSPECTIVAS PARA AS ENTIDADES SOCIAIS DO 3º SETOR

UNIDADE I – COMO CRIAR UMA ONG

- LEI DO TERCEIRO SETOR: (LEI Nº 9.790, DE 23 DE MARÇO DE 1999).
- AS ORGANIZAÇÕES DA SOCIEDADE CIVIL DE INTERESSE PÚBLICO (OSCIPs)

- CINCO PASSOS QUE LEVAM À FUNDAÇÃO DE UMA ONG

PRIMEIRO PASSO: CONVOCAÇÃO

SEGUNDO PASSO: ASSEMBLÉIA GERAL

TERCEIRO PASSO: ESTATUTO

QUARTO PASSO: A POSSE DA DIRETORIA

QUINTO PASSO: COMO PROCEDER PARA O REGISTRO LEGAL

UNIDADE II – MODELOS

- DE ESTATUTO;

- DE ATA DE ASSEMBLÉIA DE FUNDAÇÃO;

- DE SOLICITAÇÃO DE REGISTRO;

- DE ESTRUTURA ADMINISTRATIVA.

UNIDADE III - GESTÃO DE ORGANIZAÇÕES NÃO GOVERNAMENTAIS

- ADMINISTRADORES DE ONG'S;

- CRIAÇÃO E ASPECTOS JURÍDICOS;

- TALENTOS HUMANOS E VOLUNTARIADO;

- ASPECTOS FINANCEIROS E CAPTAÇÃO DE RECURSOS;

- PROCESSOS DE COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA;

- MARKETING APLICADO À ONG'S;

- PARCERIAS E ALIANÇAS ESTRATÉGICAS.



Curso: Administração

Disciplina: Direito Administrativo

Carga Horária: 45

EMENTA

Introdução (modelos de Administração pública). Conceito e objeto do direito administrativo. Administração direta e indireta e 3º setor. Agentes públicos. Atos, procedimentos e contratos administrativos. Domínio público. Intervenção na propriedade. Atividades administrativas. Controle da Administração pública. Responsabilidade das entidades administrativas e seus agentes.

OBJETIVOS

Transmitir, aos alunos de Ciências Contábeis, conhecimentos pertinentes ao direito administrativo brasileiro (noções fundamentais).

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I - INTRODUÇÃO

- I.1 Paradigmas racionalista e sistêmico
- I.2 Modelos de Administração patrimonialista, burocrático e gerencial
- I.3 Modelos de Administração pública no Brasil
- I.4. Princípios da Administração pública

UNIDADE II – CONCEITO E OBJETO DO DIREITO ADMINISTRATIVO

- II.1 Origem e história do direito administrativo – Do Estado de polícia ao Estado social e democrático
 - II.2 Evolução do conceito de direito administrativo em correspondência com os modelos de Administração pública
 - II.3 Prerrogativas de poder e finalidade pública.
- Administração pública e cidadania

UNIDADE III – ADMINISTRAÇÃO DIRETA E INDIRETA E 3º SETOR

III.1 Entidades políticas e administrativas

III.2 Entidades autárquicas (incluídas fundações públicas)

III.3 Empresas públicas

III.4 Sociedades de economia mista

III.5 Concessionárias de serviço público

Organizações sociais e demais entidades do 3º setor

UNIDADE IV - AGENTES PÚBLICOS

IV.1 Classificação

IV.2 Normas constitucionais

IV.3 Direitos e deveres

IV.4 Regime disciplinar e responsabilidade

UNIDADE V – ATOS, PROCEDIMENTOS E CONTRATOS ADMINISTRATIVOS

V.1 Ato administrativo: conceito, aspectos, atributos, classificação e requisitos de validade

V.2 Procedimentalização e contratualização da Administração pública

V.3 Procedimentos administrativos: Lei n. 9.784/99

V.4 Licitação e contratos: Lei n. 8.666/93

UNIDADE VI – DOMÍNIO PÚBLICO

VI.1 Classificação

VI.2 Princípios específicos

VI.3 Execução contra a Fazenda pública

VI.4 Meio ambiente

UNIDADE VII – INTERVENÇÃO DO ESTADO NA PROPRIEDADE PRIVADA

VII.1 Formas: limitação administrativa, servidão, requisição, tombamento e desapropriação

VII.2 Indenização

VII.3 Processo

UNIDADE VIII – ATIVIDADES ADMINISTRATIVAS

VIII.1 Atividades-meio (administração tributária)

VIII.2 Polícia administrativa

VIII.3 Serviço público e social

VIII.4 Atividades econômicas

UNIDADE IX – CONTROLE DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

X.1 Controle interno e externo

IX.2 Controle pelos Tribunais de Contas

IX.3 Controle jurisdicional

UNIDADE X – RESPONSABILIDADE EXTRACONTRATUAL

X.1 Responsabilidade subjetiva e objetiva

X.2 Responsabilidade extrac contratual do Estado no Brasil

X.3 Ação regressiva



Curso: Administração

Disciplina: Contabilidade Gerencial

Carga Horária: 45

EMENTA

Gerenciamento Contábil global. Gerenciamento contábil setorial. Qualidade, tecnologia e administração da produção. Noções de Contabilidade Social.

OBJETIVOS

Possibilitar aos alunos condições ao conhecimento teórico da Contabilidade Gerencial para a prática empresarial, evidenciando o conjunto mínimo de ferramentas para a sua efetivação dentro de uma empresa.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – GERENCIAMENTO CONTÁBIL GLOBAL

Características da Contabilidade Gerencial

Características do contador gerencial

UNIDADE II – GERENCIAMENTO CONTÁBIL SETORIAL

Análise de balanço como instrumento de avaliação de desempenho

Índices de liquidez: imediata, corrente, geral, seco e suas aplicações

Grau de imobilização do patrimônio líquido

Quociente de rentabilidade

Retorno sobre investimentos

Lucro sobre o patrimônio líquido

UNIDADE III – QUALIDADE, TECNOLOGIA E ADMINISTRAÇÃO DE PRODUÇÃO

Controle de Qualidade Total (TQC)

Fabricação de Classe Mundial (WCM)

Fabricação Integrada por Computador (CIM)

Just-in-time (JIT)

UNIDADE IV – NOÇÕES DE CONTABILIDADE SOCIAL

Balanco Social e valor adicionado

IV.2- Capital intelectual

IV.3- Passivo ambiental