

COMPONENTE CURRICULAR: Administração Financeira II

CARGA HORÁRIA TOTAL: 60h

CÓDIGO: SL4123

FONTE: Projeto Pedagógico de Curso – 2023

EMENTA

Administração de ativos fixos e investimentos de capital. Decisões de financiamento e investimento de longo prazo. Noções de orçamento.

OBJETIVO GERAL

Proporcionar conhecimentos teóricos referentes à administração financeira.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desenvolver a competência técnica através da elaboração de planos de investimento e financiamento de longo prazo e análise dos fluxos financeiros das organizações.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS BÁSICAS

GITMAN, Lawrence J. **Administração financeira**. 12. ed. São Paulo: Pearson, 2010.

ROSS, S. A.; WESTERFIELD, R. W.; JORDAN, B. D. **Administração financeira**. 8. ed. São Paulo: Bookman, 2008.

WELSCH, Glenn Albert. **Orçamento empresarial**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS COMPLEMENTARES

BRUNI, Adriano Leal. **Avaliação de investimentos**. São Paulo: Atlas, 2008.

FREZATTI, Fábio. **Orçamento empresarial: planejamento e controle gerencial**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MASAKAZU, Hoji. **Administração financeira e orçamentária**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

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

SAMANEZ, Carlos Patrício. **Gestão de investimentos e geração de valor**. São Paulo: Pearson, 2007.

COMPONENTE CURRICULAR: Gestão de Marketing III

CARGA HORÁRIA TOTAL: 60h

CÓDIGO: SL4133

FONTE: Projeto Pedagógico de Curso - 2023

EMENTA

Análise e busca de compreensão quanto aos elementos mercadológicos à disposição do gestor de marketing de uma organização. Construção de uma proposta de valor para o mercado. Busca de compreensão a respeito da complexidade da atividade de gestão de marketing em uma organização. Identificar os elementos envolvidos com a implementação dos programas e conhecer as formas de controle de marketing.

OBJETIVO GERAL

Compreender os elementos disponíveis para a gestão de marketing nas organizações.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desenvolver as habilidades que ajudarão o aluno a refletir e a compreender o conceito de marketing e a sua aplicação no ambiente de negócios contemporâneo;
- Conhecer o mix de marketing e a sua complexidade;
- Diferenciar atividades de marketing estratégico das de marketing operacional.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS BÁSICAS

COBRA, Marcos. **Administração de marketing no Brasil**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009. 3. ed.

GIULIANI, Antonio Carlos (Org.). **Marketing contemporâneo: novas práticas de gestão com estudo de casos brasileiros**. São Paulo: Saraiva, 2006.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. São Paulo: Atlas, 2008. 5. ed.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. **Administração de marketing**. 5. ed. São Paulo: Pearson, 2012.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS COMPLEMENTARES

AMERICAN MARKETING ASSOCIATION (AMA). **Definition of marketing**. Disponível em:

<<http://www.marketingpower.com/aboutama/pages/definitionofmarketing.aspx>>.

Acesso em: jun. 2013.

CHURCHILL, Gilbert A. PETER, J. Paul. **Marketing: criando valor para os clientes**. São Paulo: Saraiva, 2000.

CROCCO, Luciano et al. **Fundamentos de marketing: conceitos básicos**. São Paulo:

Saraiva, 2006.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de marketing:** conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira. São Paulo: Atlas, 2008.

MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de marketing:** edição compacta. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

COMPONENTE CURRICULAR: Gestão Estratégica

CARGA HORÁRIA TOTAL: 60h

CÓDIGO: SL4130

FONTE: Projeto Pedagógico de Curso - 2023

EMENTA

Conceitos e abordagens. Cenário de negócios: análise dos ambientes externo, setorial e concorrencial. Análise do ambiente interno: recursos, capacidades e competências essenciais. Tipologias de formulação de estratégias. Implementação e gestão estratégica.

OBJETIVO GERAL

Capacitar o aluno para elaboração do Planejamento Estratégico e estimular a visão estratégica através do estabelecimento de metas, os principais objetivos de uma empresa e os planos de ação para alcançá-los.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Compreender o processo de administração estratégica a partir de suas origens conceituais e evolução do campo;
- Habilitar os alunos para analisar o ambiente interno e o ambiente competitivo das organizações no contexto de competição globalizada e de rápidas mudanças políticas, econômicas e tecnológicas;
- Conhecer e deduzir as principais tipologias de formulação de estratégias a partir de uma visão analítica;
- Identificar criticamente e aplicar os elementos de um plano estratégico e seus instrumentos de implementação e gestão estratégica empresarial, sem perder de vista as suas limitações.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS BÁSICAS

HITT, M. A.; IRELAND, R. D.; HOSKISSON, R. E. **Administração estratégica:** competitividade e globalização. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

ALMEIDA, M. I. R. de. **Manual de planejamento estratégico:** desenvolvimento de um plano estratégico com a utilização de planilhas Excel. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GHEMAWAT, P. **A estratégia e o cenário de negócios.** 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2007.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS COMPLEMENTARES

PORTER, M. E. **Vantagem competitiva.** 11. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

COSTA, E. A. da. **Gestão estratégica:** da empresa que temos para a empresa que queremos. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

CERTO, S. C. **Administração estratégica**: planejamento e implantação da estratégia. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

OLIVEIRA, D. de P. R. de. **Administração estratégica na prática**: a competitividade para administrar o futuro das empresas. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

KAPLAN, R. S. **A estratégia em ação**: balanced scorecard. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, 1997.

COMPONENTE CURRICULAR: Gestão Socioambiental

CARGA HORÁRIA TOTAL: 60h

CÓDIGO: SL4131

FONTE: Projeto Pedagógico de Curso - 2023

EMENTA

Evolução histórica das questões ambientais. Desenvolvimento sustentável. Desenvolvimento sustentável e crescimento econômico. Conceitos e importância. Principais problemas ambientais. Política nacional do meio ambiente e seus instrumentos de proteção ambiental; A Produção mais limpa. Sistema de Gestão Ambiental interpretação de requisitos da norma ISO 14001. Noções de legislação ambiental.

OBJETIVO GERAL

Promover ao acadêmico a realização de uma análise crítica, que permita perceber da importância de novas estratégias de gestão ambiental nas organizações, considerando que a competitividade organizacional passa por estratégias que envolvam aspectos econômicos, sociais e ambientais.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desenvolver os fundamentos teóricos e conceituais da problemática ambiental contemporânea;
- Analisar a dinâmica da gestão ambiental nas organizações no contexto atual, tendo por referência a sustentabilidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS BÁSICAS

BARBIERI, José Carlos. **Gestão ambiental empresarial:** conceitos, modelos e instrumentos. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

DIAS, Reinaldo. **Gestão ambiental:** responsabilidade social e sustentabilidade. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

MOREIRA, Maria Suely. **Estratégia e implementação do SGA:** modelo ISO 14000. Nova Lima: INDG Tecnologia e Serviços Ltda. 2006.

TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa:** estratégias de negócios focadas na realidade brasileira. São Paulo: Atlas, 7. ed. 2011.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS COMPLEMENTARES

ABNT. **ISO NBR 14001:** 2004 - sistemas de gestão ambiental - especificação com orientação de uso. 2004.

ALBUQUERQUE, José de Lima. **Gestão ambiental e responsabilidade social:** conceitos, ferramentas e aplicações. São Paulo: Atlas, 2009.

BARBIERI, José Carlos. **Desenvolvimento e meio ambiente:** as estratégias de mudanças da Agenda 21. Rio de Janeiro: Vozes, 1997.

BOFF, Leonardo. **Sustentabilidade:** o que é, o que não é. Petrópolis: Vozes, 2012.

CEBDS. **Guia da produção mais limpa:** faça você mesmo. 2002.

DONAIRE, Denis. **Gestão ambiental na empresa.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

LUTZENBERGER, José A. **Crítica do pensamento ecológico.** Porto Alegre: L&PM, 2012.

TRIGUEIRO, André. **Mundo sustentável 2:** novos rumos para um planeta em crise. São Paulo: Globo, 2012.

COMPONENTE CURRICULAR: Sistemas de Informação nas Organizações

CARGA HORÁRIA TOTAL: 60h

CÓDIGO: SL4132

FONTE: Projeto Pedagógico de Curso - 2023

EMENTA

Conhecimentos básicos em Sistemas de Informação. Tecnologia da informação (TI) X Sistemas de informação (SI) na era digital. Os tipos de Sistemas de Informação. Implantação e Avaliação de Sistemas de Informação nas organizações. Impacto dos Sistemas de Informações nas organizações. Aspectos éticos e sociais em Sistemas de Informação. Segurança e Controle em Sistemas de Informação. Mercados eletrônicos e seus impactos. Tendências em estudos de Sistemas de Informação e novas Tecnologias de Informação.

OBJETIVO GERAL

Apresentar os fundamentos de sistemas de informação e suas aplicações em administração, de maneira teórica e prática, construindo competências em utilizá-las para apoiar as atividades do administrador. Propiciar ao aluno a compreensão da gestão dos sistemas de informação no ambiente organizacional, bem como a importância dos mesmos na sociedade em geral.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Verificar a importância da TI e dos SI nas organizações e na sociedade em geral;
- Conhecer os diferentes tipos de SI e como são utilizados e geridos;
- Compreender o processo de implantação e avaliação de SI nas organizações;
- Saber dos impactos dos SI nas organizações;
- Conhecer os aspectos éticos e sociais em SI;
- Averiguar as questões de segurança e controle em SI;
- Compreender os mercados eletrônicos, suas possibilidades e impactos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS BÁSICAS

BATISTA, Emerson O. **Sistemas de informação:** o uso consciente da tecnologia para o gerenciamento. São Paulo: Saraiva, 2004.

LAUDON, K. C. & LAUDON, J. P. **Sistemas de informação.** Editora LTC. 2003. Terceira Edição.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. **Sistemas de informações gerenciais:** estratégias, táticas operacionais. São Paulo: Atlas, 2008.

STAIR, Ralph. **Princípios de sistemas de informação:** uma abordagem gerencial. 2. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

TURBAN, Efraim, McLEAN, Ephraim e WETHERBE, James. **Tecnologia da informação para gestão**: transformando os negócios na economia digital. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS COMPLEMENTARES

AUDY, Jorge L. N.; BRODBECK, Angela Freitag. **Sistemas de informação**: planejamento e alinhamento estratégico nas organizações. São Paulo: Bookman, 2002.

AUDY, Jorge L. **Fundamentos de sistemas de informação**. Porto Alegre, Bookman, 2005.

FREITAS, H. **A informação como ferramenta gerencial**. Porto Alegre: Ortiz, 1993.

GORDON, Steven R. e GORDON, Judith R. **Sistemas de informação**: uma abordagem gerencial. Rio de Janeiro: LTC, 2006.

O'BRIEN, James A. **Sistemas de informação e as decisões gerenciais na era da internet**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

ROSINI, A. M.; PALMISANO, A. **Administração de sistemas de informação e a gestão do conhecimento**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

Artigos, textos e materiais adicionais serão recomendados durante o semestre letivo.