

PLANO DE DISCIPLINA

CURSO: BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO		
DISCIPLINA: TEORIA GERAL DA ADMINISTRAÇÃO	CÓDIGO: ADM P - 10101	PERÍODO: 1º
CARGA HORÁRIA: 80ha – 66,7h		
REVISÃO: 01/2026		
I - EMENTA		
A ciência administrativa e a contextualização no mundo moderno. A evolução do pensamento administrativo. Principais Escolas Administrativas. As atividades do processo administrativo: planejamento, organização, direção e controle. A relação entre níveis organizacionais, processo decisório e sistemas de informação. Visão geral das funções empresariais básicas: Marketing, Finanças e Contabilidade, Produção e Logística, Recursos Humanos		
II – COMPETÊNCIAS		
Identificar como as diferentes lentes teóricas da administração auxiliam no diagnóstico e melhoria organizacional Compreender os fundamentos da organização de forma contextualizada à sua evolução para desempenhar satisfatoriamente as funções de planejamento, organização, direção e controle. Capacitar o aluno para identificar os diversos modelos existentes na teoria da administração, analisando suas ideias centrais e avaliando sua aplicabilidade; capacitar os alunos à compreensão do processo administrativo e da função do administrador nas organizações contemporâneas.		
III - HABILIDADES		
Conhecer os fundamentos da empresa e sua evolução; conhecimento dos desafios da gestão e das atribuições do administrador; visão integrada das funções: planejamento, organização, direção e controle; administração científica; administração clássica; escola de relações humanas; teoria comportamental; estruturalismo e teoria burocrática; teoria de sistemas; teoria contingencial; administração da qualidade; modelo japonês de administração; técnicas contemporâneas e emergentes de gestão; novos modelos de gestão.		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
Evolução da empresa e os desafios da gestão; as transformações no mundo das organizações contemporâneas; visão sistêmica; visão de mundo, contextualização dos acontecimentos relevantes para a gestão; conceitos importantes para a gestão; funções e variáveis básicas do administrador; visão integrada das funções: planejamento, organização, direção e controle; administração científica; administração clássica; escola de relações humanas; teoria comportamental; estruturalismo; teoria burocrática; teoria de sistemas; teoria contingencial; administração da qualidade; modelo japonês de administração; técnicas contemporâneas e emergentes de gestão		
V – METODOLOGIA		
Aulas expositivas sobre os principais conceitos; exercícios de aplicação dos conceitos estudados; estudos de caso; seminários com a proposta de trabalhos em grupos; simulação das atividades desenvolvidas; filmes e documentários sobre experiências vividas por diversas organizações; dinâmicas de grupo, além de leituras de artigos indicados, referentes à área. Essas práticas visam simular situações reais que projetem o aluno a experimentar as teorias administrativas no ambiente organizacional.		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco inteiros).		
VII – BIBLIOGRAFIA		

PLANO DE DISCIPLINA

BÁSICA:

CARAVANTES, GERALDO R. PANNO, CLAUDIA C. KLOECKNER, MONICA C. Administração: teorias e processo. São Paulo: Prentice Hall do Brasil, 2005. (Biblioteca e Acesso Virtual)
CHIAVENATO, Idalberto. Introdução à teoria geral da administração. 6. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2000. (Biblioteca e Acesso Virtual)
ROBBINS, Stephen P; DECENZO, David A.; WOLTER, Robert. Fundamentos de gestão. São Paulo: Saraiva, 2012.

COMPLEMENTAR:

CAROTA, José Carlos; FILHO, Roberto Domanico. Gestão Corporativa. Teoria e Prática. Rio de Janeiro: Freitas Bastos. 2015. (Acesso Virtual)
CHIAVENATO, Idalberto. Administração: teoria, processo e prática. 5. ed. São Paulo: Manole, 2014. (Biblioteca e Acesso Virtual)
MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Teoria geral da administração: da revolução urbana a revolução digital. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2012.
MOTTA, Fernando C. Prestes ; VASCONCELOS, Isabella F. Gouveia de. Teoria geral da administração. São Paulo : Pioneira Thomson Learning, 2002.
SILVA, Reinaldo O. da. Teorias da Administração. 2 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 20013 (Acesso Virtual)

PLANO DE DISCIPLINA

CURSO:	ADMINISTRAÇÃO	
DISCIPLINA: METODOLOGIA CIENTÍFICA	CÓDIGO: ADM C - 10102	PERÍODO: 1º
CARGA HORÁRIA: 40ha - 33,3h		
REVISÃO: 01/2026		
I - EMENTA		
Formas de conhecimento; Conhecimento científico: características; Tipos de pesquisa; Projetos de pesquisa; Pesquisa de referências científicas; Leitura e documentação científica; Revisão teórica; Métodos de pesquisa; Redação científica; Normas para elaboração de trabalhos acadêmicos.		
II – COMPETÊNCIAS		
Identificar tipos de conhecimento; caracterizar o conhecimento científico; selecionar referências científicas; ler e interpretar artigos científicos; formular objetivos e problemas de pesquisa; organizar etapas de produção do conhecimento científico; escrever textos científicos; aplicar normas para elaboração de trabalhos acadêmicos.		
III - HABILIDADES		
Ser capaz de identificar e diferenciar os principais tipos de conhecimento; Interpretar e avaliar trabalhos científicos; pesquisar referências científicas atualizadas; sistematizar documentos de pesquisa; planejar fases do trabalho científico; redigir textos científicos.		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
Formas de conhecimento; Características do conhecimento científico; tipos de pesquisa; planejamento de pesquisa; pesquisa de referências; leitura e documentação de textos científicos; métodos e técnicas de pesquisa; redação científica; normas para elaboração de trabalhos científicos.		
V – METODOLOGIA		
Aulas expositivas; leitura e documentação de textos científicos; trabalhos em grupos; estudos dirigidos; análise de produção científica, apresentações orais.		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco inteiros).		
VII – BIBLIOGRAFIA		
BÁSICA:		
CASTRO, C.M. A prática da pesquisa. São Paulo: 2a. ed. Pearson: 2013.		
CERVO, A. L. et al. Metodologia científica. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. acesso virtual e físico.		
FERRAREZZI JR., C.F. Guia do trabalho científico - do projeto à redação final: monografia, dissertação e tese. São Paulo: Contexto, 2011. ACESSO VIRTUAL.		
COMPLEMENTAR:		
BARROS, A.J.S.LEHFELD, N.A.S. Fundamentos de metodologia científica. 3a. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2008. ACESSO VIRTUAL.		
CASTRO, C.M. Como redigir e apresentar um trabalho científico. São Paulo: Prentice Hall, 2011 ACESSO VIRTUAL.		
FAZENDA, I.C.A.; TAVARES, D.E.; GODOY, H.P. Interdisciplinaridade na pesquisa científica. Campinas: Papirus, 2017. ACESSO VIRTUAL.		
KOCHE, José Carlos. Fundamentos de metodologia científica: teoria da ciência e prática da pesquisa. Rio de Janeiro: Vozes, 2014.		
MARTINS, V. [coord.] Metodologia científica: fundamentos, métodos e técnicas. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 2016. ACESSO VIRTUAL.		

PLANO DE DISCIPLINA

CURSO: BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO		
DISCIPLINA: ÉTICA E CIDADANIA	CÓDIGO: ADM B - 10103	PERÍODO: 1º
CARGA HORÁRIA: 40ha – 33,3h		
REVISÃO: 01/2026		
I - EMENTA		
Análise crítica das ideias políticas que moldaram as sociedades contemporâneas e serviram de base às conquistas históricas dos Direitos de Cidadania; Discussão sobre os direitos fundamentais assegurados na Constituição Brasileira; Análise das questões democráticas e das ameaças aos Direitos Humanos fundamentais na atualidade; Análise dos diversos tipos de cidadania (civil, política, relações étnico-raciais e indígenas); Contemplação da Ética Profissional: a igualdade de valorização das raízes africanas e indígenas da nação brasileira. Ênfase no Código de Ética: ética nas organizações e da responsabilidade profissional. Ética da educação para diversidade.		
II – COMPETÊNCIAS		
Possibilitar o desenvolvimento da consciência ética, por meio de análise interpretativa e crítica do atual contexto organizacional nas empresas, tendo como referencial valores éticos universais dos Direitos Humanos; capacitar o aluno para o desenvolvimento de planos de ação para inclusão de colaboradores deficientes; avaliar as práticas internas de acessibilidade; aprimorar as políticas de relações interpessoais no ambiente empresarial; implementar políticas de promoção à diversidade no ambiente empresarial; incentivar a adoção da Linguagem Brasileira de Sinais; analisar os aspectos importantes da atuação profissional do administrador.		
III - HABILIDADES		
Conhecimento e domínio sobre a definição de ética e moral, bem como ética nos campos social, econômico e da administração; ética nas organizações e nas relações organizacionais; o papel estratégico da responsabilidade social nos negócios; códigos de ética profissional; a profissão de administrador e a ética; capacidade de promover a integração dos diferentes colaboradores da empresa; identificar as demandas internas por treinamentos e capacitações para a promoção da diversidade; apoiar campanhas internas de ação cidadã (Pense bem, <i>Enactus</i> , etc.); prevenção à ocorrência de conflitos interpessoais (<i>bullying</i> , assédio, processos trabalhistas); acompanhamento dos processos de contratação na pluralidade e diversidade cultural, de gênero, identidade de gênero, pessoa com deficiência.		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
Bases conceituais: ética, moral e valores; visão histórica da ética individual e social; a diversidade étnico-racial. introdução aos conceitos de cidadania, identidade, diferença, diversidade, gênero, identidade de gênero, pluralidade cultural, pessoa com deficiência; as diferentes concepções de ética e moral; ética nas organizações, nos negócios e na gestão; a ética e o desenvolvimento sustentável; responsabilidade social; ética nas relações humanas; o código de ética profissional; comportamento ético; sigilo profissional; ética e poder; questões éticas em um mundo globalizado; código de ética profissional do administrador; políticas públicas e instrumentos de proteção e promoção da diversidade; identidade negra; o negro na cultura afrodescendente; a questão étnica-racial no Brasil; a importância e o respeito aos Direitos Humanos quanto instituição.		
V – METODOLOGIA		
Aulas expositivas em sala de aula e/ou laboratório; pesquisa na biblioteca; leitura prévia de conteúdos; reforço da aprendizagem por meio de exercícios individuais e em grupo; desenvolvimento de projetos; simulação de situações empresariais, análise de artigos e textos publicados em revistas especializadas.		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco inteiros).		
VII – BIBLIOGRAFIA		
BÁSICA		
BRUNS, M.A.T. e SOUZA-LEITE, C.R.V. Gênero, diversidade e direitos sexuais nos laços da inclusão. Curitiba: CRV, 2012.		
CASTEL, Robert. Desigualdade e a Questão Social. São Paulo: EDUC, 2013.		
NALINI, José Renato. Ética geral e profissional. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2015		
COMPLEMENTAR: -		
ALENCASTRO, Mário S. C. Ética empresarial na Prática. Curitiba: Intersaber, 2012		

PLANO DE DISCIPLINA

BIANCHETTI, Lucídio e Freire. Um Olhar sobre a Diferença: interação, trabalho e cidadania. São Paulo: Papirus, 2000.

BRASIL. Lei nº. 10.639, de 9 de janeiro de 2003.

KUIAVA, Evaldo Antônio, BONFANTI, Janete (org.). Ética, Política e Subjetividade. Caxias do Sul: Educs, 2009.

PLANO DE DISCIPLINA

CURSO: BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO		
DISCIPLINA: MÉTODOS QUANTITATIVOS	CÓDIGO: ADM T - 10104	PERÍODO: 1º
CARGA HORÁRIA: 80ha - 66,7h		
REVISÃO: 01/2026		
I - EMENTA		
Trazer ao aluno a análise matemática para entender modelos de função e interpretação de gráficos tão significantes ao ambiente empresarial.		
II – COMPETÊNCIAS		
Capacitar o aluno para compreender: funções polinomiais; funções como modelos temáticos; funções de oferta e demanda; funções: custo, receita e lucro; limites e continuidade; derivadas, máximo e mínimo; funções marginais; custo, receita e lucro marginal;		
III - HABILIDADES		
Usar modelos matemáticos na representação de teorias econômicas, formular e generalizar modelos para a resolução de problemas de natureza econômica e de gestão empresarial.		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
Funções; Função constante; Função do 1º grau e equação da reta; Função custo; Função receita; Função lucro; Função demanda; Função oferta; Limite e Continuidade; Limite de uma função num ponto; Limite no infinito; Limites laterais; Continuidade de uma função; Propriedades operatórias dos limites; Teorema da permanência do sinal; Aplicações; Derivadas; Incrementos; Taxa média de variação; Aplicações práticas; Derivada de uma função num ponto: conceito e interpretação geométrica; Derivadas das funções usuais; Regras de derivação.		
V – METODOLOGIA		
Aulas expositivas em sala de aula e laboratório de informática; utilização de planilha eletrônica e recursos tecnológicos, estudos de casos.		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco inteiros).		
VII – BIBLIOGRAFIA		
BÁSICA:		
LEITHOLD, Louis. Matemática aplicada à economia e administração. São Paulo: Harbra, 2001.		
PUGA, Leila Zardo; TARCIA, Jose Henrique Mendes; PUGA, Alvaro. Cálculo numérico. 3. ed. São Paulo: LCTE, 2015		
FRANCO, Neide Bertoldi. Cálculo numérico. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.		
COMPLEMENTAR:		
BARRETO, Márcio. Trama Matemática - Princípios e Novas Práticas No Ensino Médio. Campinas: Papirus. 2013. (Acesso Virtual)		
MACEDO, Luiz Roberto Dias; CASTANHEIRA, Nelson Pereira; ROCHA, Alex. Tópicos de matemática aplicada. Curitiba: Intersaber, 2013.		
HARIKI, Seiji.; ABDOUNUR, Oscar João. Matemática aplicada: administração, economia, contabilidade. São Paulo: Saraiva, 2002.		
MUROLO, Afrânia Carlos; BONETTO, Giácomo Augusto. Matemática aplicada à administração, economia e contabilidade. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2011.		
SPERANDIO, Décio; MENDES, João Teixeira; SILVA, Luiz Henry Monken e. Cálculo numérico: características matemáticas e computacionais dos métodos numéricos. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2013.		
TAN, S.P. Matemática aplicada à administração e economia. Tradução Edson de Faria. 5ª ed. Americana. São Paulo: Cengage. 2014		

PLANO DE DISCIPLINA

CURSO:	BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO	
DISCIPLINA: FERRAMENTAS COMPUTACIONAIS	CÓDIGO: ADM T - 10105	PERÍODO: 1º
CARGA HORÁRIA: 80 ha - 66,7 h		
REVISÃO: 01/2026		
I – EMENTA		
Elementos de hardware, software e telecomunicações; redes de computadores; recursos de edição de textos; lógica de programação; conceitos de algoritmo; operadores; introdução ao python; estruturas condicionais (if, else, while, for); funções.		
II – COMPETÊNCIAS		
Conhecer as ferramentas básicas da tecnologia da informação; entender as funcionalidades dos componentes de software, hardware e sistemas de gestão empresarial; conhecer os componentes de telecomunicação; entender rede de computadores e sua utilidade; conhecer as funcionalidades de planilhas de cálculo; conhecer características básicas de sistemas de informação para a tomada de decisão; adquirir noções básicas sobre big data, inteligência artificial e iot; conhecer conceitos básicos de lógica de programação, linguagem de programação, lógica básica e programação em python.		
III – HABILIDADES		
Utilizar computadores e seus componentes de software e de hardware para apoiar as funções de gestão empresarial; manipular arquivos e pastas, armazenamento e cópia de segurança das informações; utilizar os recursos de rede de computadores; utilizar recursos avançados de softwares para processamento de textos, apresentações, planilhas de cálculo; implementar programas simples na linguagem Python.		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
Elementos de hardware: hardware interno, hardware externo (periféricos de entrada e saída); software e telecomunicações; softwares básicos e aplicativos; tipos de software; aplicações de software; redes de computadores; tipos de rede; topologias de rede; simulação de trabalho em equipe em uma empresa digital atual; recursos de edição de textos; planilha eletrônica na consolidação e manipulação de informações; utilização de recursos de gráficos, tabelas dinâmicas e fórmulas avançadas; lógica de programação; conceitos de algoritmo; variável e constante; tipos de operadores; tipos de linguagem de programação; introdução ao python; operações simples; estruturas condicionais (if, else, while, for); programação com funções.		
V – METODOLOGIA		
Aulas expositivas; apresentações; práticas, exercícios e demonstrações no laboratório de informática. Utilização de software de edição de texto, planilha eletrônica e Python. As atividades são realizadas individualmente com um aluno por computador ou em grupos (caso a atividade assim exigir). Os projetos são realizados preferencialmente em sala de aula/laboratório, deixando algumas atividades extra-aula.		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco inteiros).		
VII – BIBLIOGRAFIA		
BÁSICA:		
CAPRON, H.L; Johnson J. A. Introdução a Informática. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004. (Acesso Virtual).		
MENEZES, Nilo Ney Coutinho. Introdução a programação com Python. São Paulo: Novatec, 2010.		
SALEH, Julio Cesar Scheiffer. Relatórios Avançados com Excel 2013. São Paulo: Novatec, 2014.		
COMPLEMENTAR:		
HADDAD, Renato Ibrahim; HADDAD, Paulo. Crie planilhas inteligentes com o microsoft office excel 2003 avançado. 3. ed. São Paulo: Érica, 2006.		
LAMBERT, JOAN; COX, JOYCE. Microsoft Word 2013: Passo a Passo. Porto Alegre: Bookman, 2013.		
REZENDE, Denis Alcides; ABREU, Aline França de. Tecnologia da informação aplicada a sistemas de informações empresariais: o papel estratégico da informação e dos sistemas de informação nas empresas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2003.		
VELLOSO, Fernando. Informática: conceitos básicos. Elsevier Brasil, 2014		

PLANO DE DISCIPLINA

CURSO: BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO		
DISCIPLINA: MACROECONOMIA	CÓDIGO: ADM B -10106	PERÍODO: 1º
CARGA HORÁRIA: 80 ha - 66,7 h		
REVISÃO: 01/2026		
I – EMENTA		
Capacitar o aluno para distinguir os diversos agentes de mercado; avaliar os reflexos da globalização dos mercados para o negócio da empresa; distinguir os formatos e modelos de oligopólios; ameaças e oportunidades no macroambiente econômico; importação e exportação; renda e produto nacionais e suas medidas; moeda; a inflação e suas medidas; o desemprego e suas medidas; desenvolvimento e seus determinantes no longo prazo; as flutuações econômicas de curto prazo: crescimento, bolhas e recessões, Política fiscal e monetária; comércio internacional e câmbio.		
II – COMPETÊNCIAS		
O aluno desenvolverá conhecimento acerca de questões essenciais a fim de se posicionar nas organizações diante da complexidade que envolve o ambiente econômico e de como isso afeta a política de tomada de decisões das mesmas.		
III – HABILIDADES		
Realizar análise de cenários, tomar decisões em ambientes complexos e comunicar com clareza as decisões junto aos stakeholders.		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
Fundamentos; Agentes econômicos; escolas econômicas; renda e produção; políticas econômicas de longo e curto prazo; inflação e seus desdobramentos; câmbio e comércio internacional; balança de pagamentos; estruturas de mercado; macroeconomia em economias fechadas e abertas; análise de cenários; o problema ambiental na economia.		
V – METODOLOGIA		
Aulas expositivas, estudos de caso, vídeo aulas, jogos empresariais, leitura dirigida e debates.		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco inteiros).		
VII – BIBLIOGRAFIA		
BÁSICA BLANCHARD, O. Macroeconomia. 5. ed. Prentice Hall Brasil, - São Paulo ,2011 (BV) PASSOS, Carlos Roberto Martins; NOGAMI, Otto. Princípios de economia. São Paulo: Pioneira, 2006 SHARMA, Anand; MOODY, Patricia E. A máquina perfeita: como vencer na nova economia produzindo com menos recursos. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2003 COMPLEMENTAR KEYNES, John Maynard. Teoria geral do emprego, do juro e da moeda. São Paulo: Atlas, 2007. MAIA, Jayme de Mariz. Economia internacional e comércio exterior. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2003 RECH, A.U.; BUTZKE, A.; GULLO, M.C. Direito, Economia e Meio Ambiente: um olhar de diversos pesquisadores. Caxias do Sul: Educs, 2012. SINGER, Paul. Aprender Economia. 25. Ed. São Paulo, Editora Contexto, 2010 (BV).		

PLANO DE DISCIPLINA

CURSO:	BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO					
DISCIPLINA:	COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL	CÓDIGO:	ADM P - 10201			
CARGA HORÁRIA:	40 h/a – 33,3h					
REVISÃO:	01/2026					
I - EMENTA						
Estudo do comportamento humano nas organizações, considerando as transformações do trabalho na era digital. Compreensão dos fatores individuais, grupais e organizacionais que influenciam o desempenho, a motivação, a comunicação e a liderança. Análise da cultura e do clima organizacional, da diversidade e da ética, integrando práticas de gestão de pessoas, inovação e bem-estar organizacional.						
II – COMPETÊNCIAS						
Desenvolver no aluno a capacidade de compreender a dinâmica das organizações, compreender os tipos de estruturas organizacionais e a dinâmica do poder nas organizações, sobretudo a questão da hierarquia; Desenvolver e implementar aplicações práticas visando a comunicação nas organizações. Fomentar práticas de comunicação eficaz, empatia, colaboração e inteligência emocional. Construir conceitos sobre grupos, detectar características e diagnosticar sua dinâmica; Capacidade de identificar e detectar ações gerenciais e compreender o estilo gerencial, (liderança e chefia); Desenvolver a capacidade de o aluno compreender o processo motivacional humano nas organizações; Capacidade de o aluno avaliar a dinâmica das relações grupais: conflitos, negociações, tomada de decisões. Capacidade de compreender a humanização no trabalho como diferencial estratégico e fator de produtividade. Capacidade de atuar em ambientes de trabalho híbridos, virtuais e geograficamente distribuídos. Capacidade de desenvolver e manter a Cultura e Clima Organizacional em ambientes flexíveis, promovendo o engajamento.						
III - HABILIDADES						
Identificar e utilizar o processo de intervenção nas variáveis das diferenças individuais no comportamento em grupo e no desempenho profissional. Compreender a dinâmica das equipes de trabalhos. Compreender os conceitos e teorias motivacionais contemporâneas (autodeterminação, propósito e engajamento). Compreender os conceitos e teorias de liderança e analisar estilos de liderança (transformacional, situacional, ágil e servidora). Compreender o comportamento humano na diversidade e multiculturalismo. Identificar os aspectos para se estabelecer boas relações humanas. Identificar os aspectos da cultura organizacional e os mecanismos que possibilitam mudança; compreender a importância das relações interpessoais nas organizações; reconhecer o trabalho em equipe; desenvolver a comunicação interpessoal e intergrupal. Gerir conflitos e promover a diversidade, equidade e inclusão nas organizações. Habilidade de Liderar com Consciência e integrar dados, discernimento e intuição (Liderança Híbrida) em cenários de Transformação Digital e IA. Habilidade em Comunicação Não Violenta (CNV) e mediação de conflitos como ferramentas essenciais para relações de qualidade. Utilizar ferramentas de comunicação digital e gestão de equipes remotas. Demonstrar comportamento ético, empático e colaborativo em diferentes contextos.						
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS						
Conceito de comportamento organizacional no contexto da globalização, diversidade da força de trabalho e estímulo à inovação e mudança; Clima organizacional; absenteísmo, rotatividade e cidadania organizacional. Comportamento Organizacional e a Quarta Revolução Industrial/Economia Digital. Visão geral sobre as práticas e políticas de Recursos Humanos; Diversidade nas organizações, personalidade, valores e criatividade; desigualdades sociais e entre gêneros. Conceito e aspectos motivacionais e de satisfação: propósito, engajamento e bem-estar. Estilos de liderança e sua evolução (transformacional, ágil e servidora). Autoridade, influência e poder político. Ética e responsabilidade social na liderança. Diversidade e Inclusão (D&I) Estratégica: Diversidade da força de trabalho, gerações (Z e Millennials), equidade e multiculturalismo. Tomada de decisão no nível individual e grupal; Introdução à Cultura organizacional; Gestão de conflitos e Gestão da Mudança; comunicação; administração do estresse. Gestão de equipes híbridas e virtuais. Soft skills e competências digitais. Sustentabilidade emocional e mental nas organizações. Equipes de Alta Performance: Dinâmica de grupos e a Sinergia RH-TI (People Analytics). Comunicação Estratégica: Fluxos, Comunicação Não Violenta (CNV), Reputação Corporativa (employer branding) e Alinhamento Liderança-Cultura.						
V – METODOLOGIA						
Aula expositiva, com auxílio de recursos audiovisuais, discussões de casos, palestras, estudos dirigidos e realização de trabalhos de pesquisa; Elaboração de trabalhos práticos, a partir de situações constatadas nas organizações (PBL). Estudo coletivo, com apresentação dos estudos realizados, discussão e exposição dos assuntos.						
VI – AVALIAÇÃO						

PLANO DE DISCIPLINA

Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco inteiros).

VII – BIBLIOGRAFIA

BÁSICA:

GRAMIGNA, Maria Rita. Modelo de competências e gestão dos talentos. 2. ed. São Paulo: Pearson / Prentice Hall (Grupo Pearson), 2007. (Acesso Virtual)

MOSCOVICI, Fela. Desenvolvimento Interpessoal: treinamento em grupo. Rio de Janeiro: José Olympio, 2015.

ROBBINS, Stephen P. Comportamento organizacional. 9. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002. (Acesso Virtual)

COMPLEMENTAR:

CORTELLA, Mário Sérgio, Dimenstein Gilberto. A época da curadoria. O que importa é saber o que importa. Campinas: Papirus. 2015. (Acesso Virtual)

GABELINE, Viviane Maria Penteado. Negociação e conflitos. Curitiba: Intersaberes. 2016. (Acesso Virtual)

KINICKI, Angelo; KREITNER, Robert; ROSA, Maria Lucia G. L. (Tradutor). Comportamento organizacional. 2. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2006.

WOOD JR, Thomaz (Coordenador). Gestão empresarial: comportamento organizacional. São Paulo: Atlas, 2005.

PLANO DE DISCIPLINA

CURSO: ADMINISTRAÇÃO		
DISCIPLINA: SOCIOLOGIA APLICADA À ADMINISTRAÇÃO	CÓDIGO: ADM B - 10202	PERÍODO: 2º
CARGA HORÁRIA: 40ha - 33,3h		
REVISÃO: 01/2026		
I - EMENTA		
Relação indivíduo e sociedade; Processos de socialização; instituições sociais; vertentes do pensamento clássico em sociologia; Papeis sociais: grupos sociais; Coesão e coerção social; Trabalho e sociedade; Cultura nas organizações; Globalização, diversidade cultural e mudanças nas organizações; Desigualdades sociais; Poder nas organizações; Métodos e técnicas de pesquisa em ciências sociais.		
II – COMPETÊNCIAS		
Contextualizar o papel das organizações na sociedade; Identificar questões sociais que afetam o trabalho; Compreender as mudanças sociais; Caracterizar os mecanismos de poder; Discutir as estratégias coerção social; Compreender o papel da cultura como fator de coesão social; Debater problemas derivados das desigualdades sociais; Reconhecer métodos e técnicas de pesquisa em ciências sociais. Trabalhar as questões sociais, grupos sociais dentro do contexto econômico, político e mercadológico.		
III - HABILIDADES		
Compreender as relações entre organizações e o meio social na qual se inserem; Analisar questões que envolvem relações de trabalho, diversidade cultural e mudanças sociais; Refletir sobre as formas de poder que se estabelecem no contexto organizacional; Entender as diferenças entre o mundo do trabalho e as organizações; Interpretar fatores culturais que intervêm na administração de negócios; Considerar aspectos sociais na tomada de decisões e em projetos empresariais; Analisar as potencialidades das organizações a partir de fatores de coesão social.		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
As Ciências Humanas e o campo da Sociologia; Metodologia das Ciências Sociais; Conceitos fundamentais de sociologia; Construção social da realidade; Sociedade e indivíduo; Processos de socialização; Classes sociais; Reestruturação produtiva; Sociologia das Organizações; Sociologia do Trabalho; Identidade e diversidade cultural; Cultura nas organizações; Relações de poder; Controle social; Globalização; Indústria cultural; Sociedade em rede; Sociedade da informação e sociedade do conhecimento.		
V – METODOLOGIA		
Aulas expositivas; leitura e documentação de textos científicos; trabalhos em grupos; estudos dirigidos; estudos de caso e apresentações orais.		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser $\geq 5,0$ (cinco inteiros).		
VII – BIBLIOGRAFIA		
BÁSICA: DIAS, Reinaldo. Introdução a Sociologia. São Paulo: Prentice Hall Brasil, 2010 PAIXÃO, Alessandro Ezequiel da. Sociologia geral. Curitiba: Intersaberes, 2012 FERREIRA, Roberto Martins. Sociedade e empresa sociologia aplicada à administração. São Paulo: Saraiva, 2016. COMPLEMENTAR: BAUMAN, Z. Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar, 2008. BAUMAN, Z. Modernidade líquida. Rio de Janeiro: Zahar, 2001. CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. 17 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2016. SELL, C.E.. Sociologia clássica: Marx, Durkheim e Weber . 7a. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2016. ACESSO VIRTUAL KIELING, F.S. et al. Ciências sociais nas organizações. Curitiba: Intersaberes, 2012. ACESSO VIRTUAL. MARTINS, J.S. Uma sociologia da vida cotidiana. São Paulo: Contexto, 2014.		

PLANO DE DISCIPLINA

CURSO: BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO		
DISCIPLINA: FUNDAMENTOS DE MARKETING	CÓDIGO: ADM P-10203	PERÍODO: 2º
CARGA HORÁRIA: 80ha – 66,7h		
REVISÃO: 01/2026		
I - EMENTA		
Principais conceitos relacionados ao marketing. Análise dos ambientes de marketing. Segmentação de mercado. Posicionamento, concorrência. Análise SWOT. Composto de marketing: produtos e serviços. Definição das ações organizacionais e sua relação com os grupos de interesse (<i>stakeholders</i>). Marketing na relação e aplicação a organizações públicas, governamentais e do terceiro setor.		
II – COMPETÊNCIAS		
Desenvolver conhecimentos inerentes ao ambiente de marketing; apresentar a aplicabilidade do composto de marketing às práticas mercadológicas de negócios; definir as relações entre empresa e consumidor; apresentar a perspectiva de geração de valor ao cliente e a satisfação de suas necessidades; demonstrar a aplicabilidade da segmentação.		
III - HABILIDADES		
Mensurar o papel de marketing nos negócios; compreender a função do marketing: produtos, serviços, atendimento às necessidades de mercado; entrega de valor e satisfação do cliente; Compreender a diferença entre desejos e necessidades; Reconhecer as variáveis do ambiente de marketing; utilizar o composto de marketing, segmentação, comportamento do consumidor para início de auditorias e consultorias; refletir criticamente sobre ações das empresas no mercado; buscar dados no mercado; desenvolver raciocínio crítico analítico e lógico		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
Conceitos básicos (função do marketing nos negócios, fundamentos, estados de demanda, orientação para o mercado); Análise dos ambientes de marketing: ambiente externo e ambiente interno/ambiente competitivo (composto mercadológico; ciclo de vida de produto), precificação, embalagem, canais de distribuição, formatos de pontos de venda, ferramentas comunicacionais); público-alvo; valor percebido pelo cliente; mercado-alvo e segmentação de mercado; posicionamento; concorrência (análise da concorrência e benchmarking), fornecedores e demais stakeholders).		
V – METODOLOGIA		
. A metodologia se baseia em aulas teóricas expositivas e aulas práticas com o desenvolvimento de trabalhos, seminários, estudo de casos e resolução de problemas complexos aplicados ao Marketing como metodologia ativa de ensino (PBL). Atividade interdisciplinar.		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco inteiros).		
VII – BIBLIOGRAFIA		
BÁSICA:		
KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane; CAIRO, Sabrina; BARRETO, Iná Futino; CRESCITELLI, Edson. Marketing essencial: conceitos, estratégias e casos. 5. ed. São Paulo: Pearson, 2013 (BV)		
KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane; ROSENBERG, Mônica (Tradutor); FREIRE, Claudia (Tradutor); URDAN, André Torres; URDAN, Flávio Torres. Gestão do composto de marketing. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2013		
COMPLEMENTAR:		
HOOLEY, Graham J.; SAUNDERS, John A.; PIERCY, Nigel F. Estratégia de marketing e posicionamento competitivo. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.		
HUTT, Michael D.; SPEH, Thomas W.; ROCHA, Luciana de Oliveira(Tradutor). B2B Gestão de marketing em mercados industriais e organizacionais. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002		
SIQUEIRA, Rodrigo; AMBRÓSIO, Vicente. Plano de marketing passo a passo: serviços. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso, 2002.		
LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Marketing: conceitos, exercícios, casos. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2001.		

PLANO DE DISCIPLINA

CURSO: BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO		
DISCIPLINA: DISCIPLINA: DIREITO APLICADO À EMPRESA	CÓDIGO: ADM B - 10204	PERÍODO: 2º
CARGA HORÁRIA: 40ha – 33,3h		
REVISÃO: 01/2026		
I - EMENTA		
<ul style="list-style-type: none"> A. Direitos da personalidade B. Propriedade intelectual (marcas, patentes, direitos autorais) C. Direito empresarial – empresa e empresário, estabelecimento empresarial, ponto, registro da empresa, livros obrigatórios e contrato social D. Direito do consumidor E. Direito tributário F. Direito do trabalho G. Lei geral de proteção de dados H. Contrato de franquia I. Contratos empresariais J. Startups 		
II – COMPETÊNCIAS		
Identificar aspectos gerais e relevantes do direito público e privado; diferença da pessoa física e jurídica; detectar a capacidade de agir segundo as normas jurídicas, compreender o ser humano e entidade jurídica como detentoras de personalidade e a reconhecer e utilizar a devida proteção legal; reconhecer as relações consumeristas, bem como as normas que protegem o consumidor; identificar a proteção da invenção, bem como ter noção geral da proteção à obra intelectual, e saber diferenças básicas entre marca e patente. Noções básicas de cidadania, direitos humanos e proteção ao meio ambiente, com finalidade a desenvolver uma consciência globalizada da gestão sustentável, principalmente na seara da inovação e da tecnologia.		
III - HABILIDADES		
Organizar os procedimentos definidos pela legislação quanto a pessoa física e pessoa jurídica; avaliar a política de recursos humanos segundo a normatização do direito internacional, dos direitos humanos e do direito ambiental; avaliar o cumprimento das normas referentes aos ilícitos civis e penais; identificar e avaliar a legislação aplicável à propriedade e uso de marcas e patentes, pois o Direito é uma das peças fundamentais para as empresas e comunidade, e é através desta fonte que se tem a base das informações e conceitos, normas e regras, que norteiam a administração das empresas em geral, tanto privadas, quanto públicas.		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
Direito empresarial – empresário e empresa. Nome empresarial e Estabelecimento comercial. Direito do Consumidor. Direito do trabalho. Propriedade Industrial - Marca. Propriedade Industrial –Patentes. Sociedades Empresariais. Contratos empresariais. Juizados Especiais. Mediação, arbitragem e conciliação. Direito ambiental. Responsabilidade civil do empresário		
V – METODOLOGIA		
Aulas expositivas; análise de julgados e casos pertinentes ao conteúdo programático; simulação de processos na área empresarial; analisar as espécies de defesa da empresa; seminários. Pesquisas. Estudo de casos.		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco inteiros).		
VII – BIBLIOGRAFIA		
BÁSICA: DOWER, N. G. B. Instituições de Direito Público e Privado. 13ª. ed. São Paulo: Atlas, 2005 DIREITO digital aplicado 3.0. Publicação: São Paulo: Thomson, 2018		

PLANO DE DISCIPLINA

MAMEDE, Gladston. Direito empresarial brasileiro: empresa e atuação empresarial volume 1. São Paulo: Atlas, 2015

COMPLEMENTAR:

BRASIL. Código de Proteção e Defesa do Consumidor. 18. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

COELHO, Fábio Ulhoa. Manual de direito comercial. 27. ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

RIZZARDO, A. Direito de empresa. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2019.

MAMEDE, Gladston. Direito empresarial brasileiro: falência e recuperação de empresas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

NIARADI, George. Direito empresarial para administradores. São Paulo:Prentice Hall Brasil, 2014.

VADE MECUM. 18.ed . São Paulo: Saraiva. 2015.

PLANO DE DISCIPLINA

CURSO:	BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO		
DISCIPLINA: ESTRUTURAS ORGANIZACIONAIS	CÓDIGO: ADM P - 10205	PERÍODO: 2º	
CARGA HORÁRIA: 80ha – 66,7h			
REVISÃO: 01/2026			
I - EMENTA			
Capacitar o aluno nos métodos de análise de sistemas e subsistemas da organização com foco na informação; análise crítica das atividades de organização, sistema e métodos frente às mudanças organizacionais; metodologias para desenvolvimento de projetos administrativos; análise da distribuição do trabalho; ferramentas de apoio para análise, redesenho e informatização de processos; análise da estrutura organizacional, organogramas, fluxogramas, manuais administrativos, formulários e aproveitamento racional de espaço físico (layout).			
II – COMPETÊNCIAS			
Compreender a relação entre os componentes estruturais, tecnológicos e estratégicos Capacidade para projetar a estrutura organizacional para garantir que seus componentes estejam alinhados à estratégia organizacional Analizar, desenhar e melhorar processos organizacionais com suporte de tecnologias.			
III - HABILIDADES			
Enfatizar a abordagem de problemas e estudos da organização de forma que os componentes estruturais, tecnológicos e estratégicos tenham um tratamento equitativo quanto à sua relevância; abordar as relações existentes entre a estrutura social e os sistemas administrativos; compreender tipologias de sistemas administrativos e de trabalho nas organizações; compreender e utilizar as ferramentas de tecnologia da informação e comunicação nas organizações, como instrumento para a tomada de decisões e melhoria da produtividade e qualidade dos processos organizacionais.			
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS			
O papel da teoria e do projeto organizacionais; Estratégia, projeto organizacional e eficácia; Fundamentos da estrutura organizacional, design das posições individuais e da superestrutura, mapeamento, análise e redesenho de processos, análise e desenho de formulários; organogramas estratégicos; empresas verticais e horizontais; fluxogramas; elaboração e uso de manuais; sistemas de informações nos estudos organizacionais; novas arquiteturas organizacionais democráticas e participativas.			
V – METODOLOGIA			
Aulas expositivas sobre os principais conceitos, exercícios de aplicação dos conceitos estudados, estudos de caso, seminários com a proposta de trabalhos em grupos, simulação das atividades desenvolvidas, filmes e documentários sobre experiências vividas por diversas organizações e dinâmicas de grupo, além de leituras de artigos indicados, referentes à área. Essas práticas visam simular situações reais que projetem o aluno a experimentar as metodologias e técnicas desenvolvidas na disciplina em situações cotidianas do ambiente organizacional			
VI – AVALIAÇÃO			
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser $\geq 5,0$ (cinco inteiros).			
VII – BIBLIOGRAFIA			
BÁSICA			
ARAUJO, Luis César G. de. Organização, sistemas e métodos e as modernas ferramentas de gestão organizacional. São Paulo: Atlas, 2001			
CUNHA, Mario Sérgio Alencastro. Empresas, ambiente e sociedade: introdução à gestão socioambiental corporativa. São Bernardo do Campo: Intersaberes, 2012.			
CRUZ, Tadeu. Processos organizacionais & métodos: BPM & tecnologias da informação, metodologia DOMP, desafios da revolução 4.0. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2021.			
COMPLEMENTAR:			
HALL, Richard. Organizações: estruturas, processos e resultado. São Paulo: Person Education, 2004.			
MINTZBERG, Henry. Criando organizações eficazes. 2. ed. São Paulo:Atlas, 2003.			
CAMPOS, André LN. Modelagem de Processos com BPMN 2ª edição. Brasport, 2014.			
JONES, Gareth R. Teoria das organizações. 6 ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil. 2010 (Acesso Virtual)			
OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. Administração de processos: conceitos, metodologia, práticas. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2013.			

PLANO DE DISCIPLINA

CURSO:	BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO	
DISCIPLINA: ESTATÍSTICA BÁSICA	CÓDIGO: ADM T - 10206	PERÍODO: 2º
CARGA HORÁRIA: 80ha – 66,7h		
REVISÃO: 01/2026		
I - EMENTA		
Estatística descritiva; Probabilidade básica; Distribuição de probabilidade; Introdução à inferência estatística.		
II – COMPETÊNCIAS		
Aplicar técnicas básicas de estatística na tomada de decisão.		
III - HABILIDADES		
Aplicar conceitos da estatística descritiva com o propósito de interpretar um conjunto de dados e tomar decisões. Compreender técnicas de contagem, bem como o cálculo de probabilidades; ser capaz de utilizar modelos probabilísticos e distribuições de probabilidade, incluindo a ideia de simulação, para resolver problemas de relevância à administração.		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
Importância e atuação da estatística: o papel da estatística no gerenciamento da tomada de decisões. Conceitos básicos. Definição de estatística descritiva, teoria das probabilidades e estatística inferencial. Tipos de variáveis (quantitativas e qualitativas). Estatística descritiva (distribuição de frequência e gráficos, medidas e posição e dispersão). Conceitos fundamentais de análise combinatória e aplicações. Probabilidade (conceitos, probabilidade condicional e regra da multiplicação, eventos mutuamente exclusivos e regra da adição). Distribuição de probabilidade discreta: definição e propriedades, valor esperado e variância de uma variável aleatória discreta. Principais modelos probabilísticos para variáveis aleatórias discretas: estudo das distribuições binomial, geométrica, Poisson e suas aplicações. Distribuição de probabilidade contínua: definição e propriedades. Principais modelos probabilísticos para variáveis aleatórias contínuas: estudo das distribuições uniforme e normal. Distribuições de médias amostrais e aplicações. Teorema do limite central.		
V – METODOLOGIA		
Aulas expositivas e laboratório de informática; utilização de planilha eletrônica e estudos de casos.		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser $\geq 5,0$ (cinco inteiros).		
VII – BIBLIOGRÁFIA		
BÁSICA		
McCLAVE, J. T.; BENSON, P. G.; SINCICH, T. Estatística para administração e economia. 10ª ed. São Paulo: Pearson, 2009. IMPRESSO E ACESSO VIRTUAL.		
MORETTIN, L. G. Estatística Básica: Probabilidade. 7ª ed. São Paulo: Pearson, 2011.		
LARSON, R.; FARBER, B. Estatística Aplicada. 2ª ed. São Paulo: Prentice Hall, 2004. IMPRESSO E ACESSO VIRTUAL.		
COMPLEMENTAR:		
CASTANHEIRA, N. P. Estatística Aplicada a Todos os Níveis. Curitiba: Intersaber, 2012. ACESSO VIRTUAL.		
TRIOLA, M. F. Introdução à Estatística. 7.ed. Rio de Janeiro: LTC,1999.		
LEVIN, J.; FOX, J. A.; FORDE, D. R. Estatística para ciências humanas. 11. ed. São Paulo: Pearson, 2012. IMPRESSO E ACESSO VIRTUAL.		
BUSSAB, W. O.; MORETTIN, P. A. Estatística Básica. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.		
BONAFINI, F. C. Estatística. São Paulo: Pearson Education. 2012.		

PLANO DE DISCIPLINA

CURSO:	BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO	
DISCIPLINA: MICROECONOMIA	CÓDIGO: ADM B - 10207	PERÍODO: 2º
CARGA HORÁRIA: 40ha – 33,3h		
REVISÃO: 01/2026		
I - EMENTA		
Introdução à Microeconomia; diferentes tipos de mercado; importância da mensuração de preços reais e nominais na economia; teoria da firma – produção e custos; nova microeconomia; elementos de estratégia com a teoria dos jogos.		
II – COMPETÊNCIAS		
O aluno desenvolverá conhecimento acerca de questões essenciais no que tange às tomadas de decisões econômicas e de como isso afeta o desempenho das firmas. Se posicionará em seu contexto tendo ciência da diferença entre custos contábeis e custos econômicos e de como pode potencializar resultados com bases no conhecimento dessas diferenças.		
III - HABILIDADES		
Realizar análise de cenários, tomar decisões em ambientes complexos e comunicar com clareza as decisões junto aos stakeholders.		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
Preços Nominais x preços reais, oferta x demanda; elasticidade da demanda; estruturas de mercado; teoria da produção; teoria dos custos; formação do preço de venda; teoria dos custos de transação; falhas de mercado; introdução à teoria dos jogos.		
V – METODOLOGIA		
Aulas expositivas, estudos de caso, vídeo aulas, jogos empresariais, leitura dirigida e debates.		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco inteiros).		
VII – BIBLIOGRAFIA		
BÁSICA		
PINDYCK, Robert, RUBINFELD, Daniel; PIRES, Julio Manuel; MERLO, Edgard Monforte. Microeconomia. 8. ed. São Paulo: Pearson, 2013.(BV)		
SHARMA, Anand; MOODY, Patricia E. A máquina perfeita: como vencer na nova economia produzindo com menos recursos. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2003.		
HAFNER, J.; HERNANDEZ, A. Microeconomia. Curitiba: Editora Intersaber, 2013. (BV).		
COMPLEMENTAR		
CRUZ, J.W.A. et al. Formação de Preços: Mercado e estrutura de custos. Curitiba: Editora Intersaber, 2012. (BV).		
MICHELS, E.; OLIVEIRA, N.; WOLLENHAUPT, S. Fundamentos de Economia. Curitiba: Editora Intersaber, 2013. (BV)		
RECH, A.U.; BUTZKE, A.; GULLO, M.C. Direito, Economia e Meio Ambiente: um olhar de diversos pesquisadores. Caxias do Sul: Educs, 2012		
SINGER, Paul. Aprender Economia. 25. Ed. São Paulo, Editora Contexto, 2010 (BV).		
TECHBIRANI, F.R. Princípios de Economia: Micro e Macro.Curitiba: Editora Intersaber, 2012. (BV)		

PLANO DE DISCIPLINA

CURSO: BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO			
DISCIPLINA: ADMINISTRAÇÃO DE SISTEMAS DE INFORMAÇÃO		CÓDIGO: ADM P- 10301	PERÍODO: 3º
CARGA HORÁRIA: 80ha -66,7 h			
REVISÃO: 01/2026			
I - EMENTA			
Visão geral dos sistemas de informação e o impacto na transformação digital das empresas. Modelagem e implementação de banco de dados como solução para problemas organizacionais. Aspectos de relevância para o administrador no que tange a classificação dos Sis, seleção, implementação e evolução dos mesmos nas empresas Projeto de solução para problemas organizacionais a partir do uso de SAAS (Software As A Service)			
II – COMPETÊNCIAS			
Conhecer e compreender a evolução dos sistemas de informação; reconhecer os diversos enfoques sistemas de informação nas empresas e o seu papel na transformação digital, avaliar a importância dos sistemas de informação na tomada de decisões empresariais; dominar as fases da implantação, desenvolvimento ou aquisição de sistemas informatizados para transformação digital nas empresas; discernir as especificidades da área de TI e seus profissionais.			
III - HABILIDADES			
Identificar oportunidades de transformação digital nas empresas a partir da aplicação de sistemas de informação e mudança de processos organizacionais. Utilizar sistemas de Informação, seus componentes, avaliar as necessidades de recursos da tecnologia da informação; acompanhar e monitorar a implementação da estratégia da organização, identificando as possíveis mudanças que podem surgir pela evolução da tecnologia; projetar a implantação de sistemas de informações; levantamento de um problema, sua modelagem e implementação de uma solução usando banco de dados, supervisionar e interagir com os profissionais de TI; utilizar as informações extraídas dos softwares gerenciais como vantagem estratégica do negócio usando os diversos enfoques dos sistemas de informações gerenciais como BI, e-commerce, CRM, suply chain, pagamentos eletrônicos etc; projetar soluções de utilização de sistemas na nuvem SAAS visando otimização dos processos organizacionais.			
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS			
SIs na carreira do administrador; E-Business global e a colaboração; Transformação Digital e a Vantagem Competitiva com os Sis; Ética e os Sis; Modelagem, Projeto e Implantação de Banco de Dados; Infraestrutura de TI e Segurança de Sis, Comércio Eletrônico; Como Desenvolver um SI e a Gestão de Projetos.			
V – METODOLOGIA			
Aulas expositivas, aprendizagem por projeto (PBL); atividades práticas em grupos; apresentação de seminários; desenvolvimento de projeto interdisciplinar. Utilização de software e demais ferramentas tecnológicas			
VI – AVALIAÇÃO			
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco inteiros).			
VII – BIBLIOGRAFIA			
BÁSICA			
ALBERTIN, A. L. Administração da Informática: funções e fatores críticos de sucesso. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008.			
COMER, Douglas E.; LIMA, José Valdeni de. Redes de computadores e internet. 6. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2016			
TURBAN, E.; VOLONINO, L. Tecnologia da Informação para Gestão: Em busca do melhor desempenho estratégico e operacional. 8. ed. Porto Alegre: Bookman, 2013			
COMPLEMENTAR:			
ALBERTÃO, SEBASTIÃO EDMAR. ERP: Sistema de gestão empresarial: metodologia para avaliação, seleção e implementação: para pequenas e médias empresas. 2 ed. São Paulo: Iglu, 2005.			
CEIÇARE JUNIOR, Cícero. Sistemas integrados de gestão: ERP. 2 es. Curitiba: Intersaberes. 2015. (Acesso virtual)			
CALBERG, Conrad. Gerenciando dados com Excel. São Paulo: Pearson Makron Books. 2005 (Acesso Virtual)			

PLANO DE DISCIPLINA

COX, J; LAMBERT, J; TORTELLO, J. E. N.. Microsoft Access 2013: passo a passo. Porto Alegre: Bookman, 2014.

LAUDON, Kenneth C., LAUDON, Jane. P. Sistemas de Informação gerenciais. 5. ed. São Paulo, Pearson Education do Brasil, 2014

SCHWAB, Klaus; MIRANDA, Daniel Moreira. A quarta revolução industrial. São Paulo: EDIPRO, 2016

PLANO DE DISCIPLINA

CURSO:	BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO		
DISCIPLINA:	CONTABILIDADE PARA ADMINISTRADORES	CÓDIGO:	ADM B - 10302
CARGA HORÁRIA:	80ha - 66,67h		
REVISÃO:	01/2026		
I - EMENTA	A empresa e seu meio ambiente; Fontes de financiamento; Aplicação de recursos das empresas; Demonstrações financeiras; Normas internacionais (IFRS); Normas brasileiras (CPC); Demonstrações contábeis.		
II – COMPETÊNCIAS	Capacitar o aluno para analisar as movimentações dos recursos e suas aplicações, a partir da linguagem contábil; Avaliar as mutações patrimoniais, a partir das movimentações de ativos, liquidação de passivos, controle de despesas e oportunidades de receitas; Compreender os impactos e reflexos dos fatos contábeis como subsídios para a tomada de decisão; Mensurar o lucro ou prejuízo de um exercício.		
III - HABILIDADES	Simular a formação de uma empresa, simular compras, estocagem, vendas e elaborar a Demonstração do Resultado do Exercício de uma empresa no período; elaborar o Balanço Patrimonial e a Demonstração do Fluxo de Caixa de uma empresa, examinar e validar Demonstrações Contábeis de empresas no mercado. Realizar a interpretação dos relatórios contábeis por meio da análise das estruturas das demonstrações financeiras.		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS	A empresa e seu meio ambiente; As fontes de financiamento e as possibilidades de aplicação de recursos das empresas; A representação contábil da empresa; Visão geral das principais demonstrações financeiras; A estrutura contábil de acordo com as normas internacionais (IFRS) e brasileiras (CPC); Balanço Patrimonial; Demonstração do Resultado; Demonstração do Fluxo de Caixa. Estrutura das demonstrações financeiras (mosaico contábil). Dinâmica e estática das demonstrações.		
V – METODOLOGIA	Aulas expositivas e listas de exercícios; dinâmicas em grupo, estudos de caso, utilização de filmes e impressos. Aprendizagem baseada em problemas.		
VI – AVALIAÇÃO	Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco inteiros).		
VII – BIBLIOGRAFIA	<p>BÁSICA</p> <p>MARION, J. Carlo; IUDICIBIUS, Sergio de. Contabilidade Introdutória. 9. ed. São Paulo: FEA / USP, 1998.</p> <p>MARION, J. Carlo; IUDICIBIUS, Sergio de. Curso de contabilidade para não contadores. São Paulo: Atlas, 2000.</p> <p>MARION, José. Carlos. Contabilidade básica: caderno de exercícios: questões, preenchimento de linhas pontilhadas, testes, associação de números, problemas e exercícios, exercícios adicionais. 7. ed. Atlas. São Paulo: Atlas, 2010.</p> <p>COMPLEMENTAR:</p> <p>ARAI, Carlos. Teorias contábeis (livro eletrônico). São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2016.</p> <p>CHING, Hong Yuh. Contabilidade e finanças para não especialistas. São Paulo: Atlas, 2000</p> <p>IMPERATORE, Simone Loureiro Brum. Fundamentos da contabilidade (livro eletrônico). Curitiba: InterSaberes, 2017. (Série Administração e Negócios)</p> <p>MULLER, A. N. Contabilidade Básica. São Paulo: Pearson, 2007</p>		

PLANO DE DISCIPLINA

CURSO: BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO			
DISCIPLINA: PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EMPRESARIAL	CÓDIGO: ADM P - 10303	PERÍODO: 3º	
CARGA HORÁRIA: 80ha – 66,7h			
REVISÃO: 01/2026			
I - EMENTA			
Visão de Planejamento Estratégico por meio de análise dos ambientes competitivos, Avaliação das forças e fraquezas de uma organização. Cadeia de valor. Visão, missão e objetivos empresariais. Objetivos e metas. Tipologias de estratégias genéricas e decisões de posicionamento competitivo. Modelos de portfólio.			
II – COMPETÊNCIAS			
Capacitar o aluno a desenvolver o pensamento estratégico para gerar planos estratégicos consistentes e ações empresariais. Construção de Cenários de mercado. Apresentar conceitos e metodologia sobre o processo e o planejamento estratégico empresarial. Dotar o corpo discente de conhecimento gerais sobre variáveis empresariais internas e externas; possibilitar visão integrada de uma empresa no mercado em que atua. Desenvolver análise informações com ferramentas estratégicas, vantagem e posicionamento competitivo. Desenvolver ferramentas de gestão para acompanhamento e controle de KPIs.			
III – HABILIDADES			
Adquirir uma visão sistêmica da organização de empresa inserida no mercado, construção de processo e planejamento estratégico; interação entre áreas. Organização de dados e informações para aplicação das etapas do processo e desenvolvimento do planejamento estratégico empresarial; definição de objetivos estratégicos, planos táticos e operacionais. Aplicação das estratégias competitivas e empresariais; conhecimento e aplicação de indicadores de desempenho estratégico.			
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS			
Estratégica de negócios e competitividade; os 5Ps da Estratégia; empresa focada na estratégia; estratégia de negócios; processo de planejamento estratégico; conceitos e diretrizes estratégicas (Missão e Visão); diagnóstico de ambiente externo e ambiente interno; diagnóstico de portfólio de produtos e serviços; formulação de plano estratégico de negócios; definição de objetivos e metas; planos táticos e operacionais de negócios; implementação, controles de ações e indicadores; 5 forças de Porter, estratégias genéricas e ferramentas de análise estratégicas como Ansoff, McKinsey e BCG.			
V – METODOLOGIA			
Aulas expositivas; estudos de caso; leitura prévia e discussão de artigos; trabalho de estudos em grupo; dinâmicas para exemplificar situações reais; resolução de problemas; desenvolvimento de um plano estratégico empresarial.			
VI – AVALIAÇÃO			
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de avaliação formal e das avaliações realizadas no bimestre. No final do período semestral será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco).			
VII – BIBLIOGRAFIA			
BÁSICA: CERTO, Samuel; PETER, J.P. et al. Administração Estratégica: planejamento e implantação da estratégia. São Paulo: Pearson, 2013. SERTEK, Paulo; GUINDANI, Roberto A.; MARTINS, Tomas S. Administração e Planejamento Estratégico. São Paulo: Editora Intersaberes, 2014. MARTINS, Tomas S.; GUINDANI, Roberto A.; CRUZ, June A. W.; REIS, Júlio A.F. Incrementando a Estratégia: uma abordagem do Balanced scorecard. São Paulo: Editora Intersaberes, 2014. COMPLEMENTAR: COSTA, Benny Kramer. Estratégia: perspectivas e aplicações. São Paulo: Atlas, 2002. HOOLEY, Graham J.; SAUNDERS, John A.; PIERCY, Nigel F. Estratégia de Marketing e Posicionamento Competitivo – 3. ed. São Paulo: Pearson, 2013. KOTLER, P. KELLER, K. I. Administração de Marketing. São Paulo: Pearson, 2006. KLUYVER, Cornelis A. de; PEARCE, John A. Estratégia: uma visão executiva. São Paulo: Pearson, 2014. PORTER, Michael E. Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. Rio de Janeiro: Campus, 2004. SILVA, Eduardo, D. Os 5Ps da estratégia. São Paulo: Editora Intersaberes, 2019.			

PLANO DE DISCIPLINA

CURSO: BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO		
DISCIPLINA: PROJETO INTERDISCIPLINAR I	CÓDIGO: ADM C - 10304	PERÍODO: 3º
CARGA HORÁRIA: 80ha - 66,67h		
REVISÃO: 01/2026		
I - EMENTA		
Gestão estratégica da informação. Análise SWOT. Matriz BCG. Estratégia competitiva. Seleção de concorrentes e clientes. Estratégia de serviços. Estratégia de marcas. Recursos econômicos. Tecnologia da Informação e Comunicação. Considerações sobre o cenário global. Definição da estrutura organizacional. A Etapas Administrativas de Marketing. Produtividade e Elaboração de projetos.		
II - COMPETÊNCIAS		
Elaborar e supervisionar projetos visando à otimização de recursos; reconhecer as necessidades das empresas e seus parceiros comerciais, propiciando a montagem de um planejamento estratégico da informação no apoio aos negócios; Reestruturar os processos para adaptar as necessidades da empresa a fim de permitir aos parceiros melhor produtividade e qualidade de serviços.		
III - HABILIDADES		
Desenvolver a capacidade de planejamento e gerenciamento de uma cadeia de suprimentos, utilizando sistemas integrados para gestão empresarial na implementação dessa cadeia; Controlar a qualidade dos processos e produtos trocados entre os parceiros, bem como para os clientes; Utilizar sistemas de informação e seus componentes, avaliando as necessidades de recursos de tecnologia de informação; Acompanhar e monitorar a implementação da estratégia da organização, identificando as possíveis mudanças.		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
Introdução. O que é Projeto Interdisciplinar e sua importância/objetivo. Gestão Estratégica da Informação – como transformar a informação e a tecnologia da informação em fatores de crescimento e de alto desempenho nas organizações. O valor da informação para as organizações – as leis da informação. O fluxo da informação nas organizações (informação coletada externamente, informação produzida pela organização e destinada ao público interno e informação produzida pela organização destinada aos públicos externos). Informações gerais sobre a empresa estudada. Empreendedorismo: fatores de sucesso e fracasso. A segmentação de mercado e seu empreendimento. Características do mercado de atuação: previsão de demanda e potencial de mercado. Tendências, mudanças e comportamento. Posicionamento estratégico de mercado: definir posicionamento de mercado. Salientar a importância do planejamento a médio e longo prazo. Apresentar as vantagens e desvantagens dos mercados com grande potencial de crescimento. Inovar continuamente os produtos e serviços, com os processos e modelos de negócios. O que oferece ao mercado. Público-alvo da empresa. Diferencial competitivo. Relevância da empresa ou Produto/Serviço. Competência dos Gestores. Capital Social		
O Processo de Administração Estratégica. Análise do Ambiente. Análise SWOT. Clientes. Concorrentes. Fornecedores. Legislação. Pessoas. Recursos Econômicos. Tecnologia. Considerações sobre o cenário global. Definição da Diretriz Organizacional. Definição da Estrutura Organizacional. Implementação da Cultura Organizacional. Controle Estratégico. Planejamento do portfolio de negócios: Matriz B.C.G. (Boston Consulting Group); Matriz G.E./McKinsey (General Electric/Makinsey Consulting). Cadeira de Valor. Desenvolvimento de um projeto de Startup. Elaboração de um artigo acadêmico.		
V - METODOLOGIA		
Esses projetos partirão de um núcleo temático motivador para os alunos, visando o inter-relacionamento de conteúdos de diferentes áreas de conhecimento. A partir de orientação e supervisão docente, promover-se-á a articulação e a integração dos conhecimentos e habilidades desenvolvidos ao longo do curso, onde cada grupo de alunos desenvolverá a proposta do trabalho. No decorrer do processo do trabalho ocorrerão orientações específicas e acompanhamento a cada grupo de alunos pelos professores envolvidos nos projetos, visando a verificar se os conhecimentos estão sendo articulados com pertinência.		
Utilização de metodologias inovadoras de ensino.		
VI- AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco inteiros).		
VII - BIBLIOGRAFIA		
Básica:		

PLANO DE DISCIPLINA

BRAGA, Roberto Silveira. Marketing de produtos industriais. São Paulo: Atlas, 1992.

SENAI. Comunicação gerencial. Minas Gerais: SENAI, 1998.

CRITÉRIOS de excelência: avaliação e diagnóstico da gestão organizacional. 19. ed. São Paulo: Fundação Nacional da Qualidade, 2011.

Complementar:

MOTTA, Paulo Roberto. Gestão contemporânea: a ciência e a arte de ser dirigente. 13 ed. São Paulo: Record, 2002.

TACHIZAWA, Takeshy. Organizações não governamentais e terceiro setor: criação de ONGs e estratégias de atuação. 3. ed. São Paulo:Atlas, 2007.

TORQUATO, Gaudêncio. Tratado de comunicação: organizacional e política. São Paulo: Thomson, 2004

CHOWDHURY, S. Administração do século XXI. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009. (Virtual)

CAPTAÇÃO de recursos para projetos sociais. Curitiba: Intersaber. 2012. (Acesso Virtual)

PLANO DE DISCIPLINA

CURSO: BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO		
DISCIPLINA: ESTATÍSTICA APLICADA	CÓDIGO: ADM T - 10305	PERÍODO: 3º
CARGA HORÁRIA: 80ha – 66,7h		
REVISÃO: 01/2026		
I - EMENTA		
Estudo da inferência estatística com destaque aos métodos de amostragem, estimativa intervalar e testes de hipóteses, princípios básicos de experimentação e tópicos de planejamento de experimento, análise de variância, análise de regressão linear.		
II – COMPETÊNCIAS		
Compreender os termos e definições de amostragem. Conhecer e ser capaz de empregar os diferentes métodos (de amostragem) na seleção de amostras. Compreender a teoria envolvendo distribuições amostrais e aplicá-la para resolver problemas envolvendo amostragem. Estabelecer métodos estatísticos básicos para fazer estimativa pontual e por intervalos de confiança bem como para a realização de testes de hipóteses. Aplicar princípios básicos de experimentação e tópicos de planejamento de experimento. Tópicos de análise de variância e testes de comparações de médias e de grupos de médias. Análise de regressão linear.		
III - HABILIDADES		
Definir as variáveis e população de estudo; dimensionar a amostra; utilizar procedimentos de coleta de dados; construir e interpretar intervalos de confiança para a média populacional; estabelecer as hipóteses, elaborar e chegar à conclusão de um teste de hipóteses; reconhecer as aplicações bem como o procedimento para a realização de uma análise de variância, utilizar recursos de informática no planejamento amostral; estabelecer e interpretar a correlação linear entre duas variáveis.		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
Termos e definições de amostragem. Métodos de seleção de amostras. Distribuições Amostrais: caracterização, propriedades e o teorema do limite central. Estimativa intervalar: caso do desvio padrão populacional conhecido, caso do desvio padrão populacional desconhecido, pequena amostra e grande amostra. Testes de hipóteses para a média populacional. Inferências sobre a diferença entre duas médias populacionais. Planejamento experimental: conceitos básicos para a experimentação, requisitos para um bom experimento. Causas de variabilidade. Análise de variância (ANOVA). Regressão linear simples.		
V – METODOLOGIA		
Aulas expositivas em sala de aula e laboratório de informática; utilização de planilha eletrônica e estudo de casos.		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco inteiros).		
VII – BIBLIOGRAFIA		
BÁSICA CASTANHEIRA, N.P. Estatística aplicada a todos os níveis. Curitiba: Intersaberes, 2013. LARSON, Ron; FARBER, Betsy. Estatística aplicada. 6. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2016. McCLAVE, J. T.; BENSON, P. G.; SINCICH, T. Estatística para administração e economia. 10ª ed. São Paulo: Pearson, 2009. IMPRESSO E ACESSO VIRTUAL. COMPLEMENTAR: SWEENEY, D.J.; WILLIAMS, T.A.; ANDERSON, D.R. Estatística Aplicada à administração e economia. 3ª ed. São Paulo: Cengage Learning, 2014. LEVIN, J.; FOX, J. A.; FORDE, D. R. Estatística para ciências humanas. 11ª ed. São Paulo: Pearson, 2012. LAPPONI, J.C. Estatística Usando Excel, 4ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2005. DOWNING, D. Estatística aplicada. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2002.		

PLANO DE DISCIPLINA

CURSO: BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO		
DISCIPLINA: COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR E PESQUISA DE MERCADO	CÓDIGO: ADM P- 10306	PERÍODO: 3
CARGA HORÁRIA: 40ha – 33,3h		
REVISÃO: 01/2026		
I - EMENTA		
Análise do comportamento do consumidor na era digital e orientada por dados. Estudo das variáveis que influenciam as decisões de consumo em ambientes omnichannel, digitais e automatizados. Análise dos fatores que influenciam as decisões de compra, considerando aspectos psicológicos, sociais, culturais e tecnológicos. Aplicação de métodos de pesquisa qualitativa e quantitativa para compreender o comportamento de consumo. Aplicação da inteligência artificial e da ciência de dados para prever padrões de comportamento e apoiar decisões estratégicas de marketing. Pesquisa de mercado com uso de ferramentas tecnológicas e análise de dados em tempo real.		
II – COMPETÊNCIAS		
Compreender os processos decisórios do consumidor e seus determinantes. Analisar dados e informações de pesquisa para subsidiar decisões estratégicas de marketing. Aplicar conceitos e técnicas de pesquisa de mercado de modo integrado às tecnologias digitais. Desenvolver visão crítica e ética sobre o uso de dados e IA no estudo do comportamento humano e mercadológico. Interpretar resultados e gerar insights estratégicos para as organizações.		
III - HABILIDADES		
Identificar variáveis que influenciam o comportamento do consumidor. Aplicar técnicas de pesquisa qualitativa, quantitativa e híbrida. Utilizar ferramentas digitais para coleta, organização e análise de dados de mercado. Elaborar relatórios e recomendações estratégicas a partir da interpretação dos dados de consumo com dashboards interativos. Usar ferramentas de IA e automação (ChatGPT, Google Trends, Power BI, CRM). Realizar análise preditiva de comportamento do consumidor. Criar personas e jornadas do cliente baseadas em dados reais.		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
Fundamentos do Comportamento do Consumidor. Fatores psicológicos, sociais e culturais que influenciam o comportamento. O consumidor conectado e a jornada omnichannel. Comportamento, dados e experiência do cliente (CX e UX). Processo de decisão de compra. Envolvimento e experiência do consumidor. Fundamentos de data-driven marketing. Ferramentas de IA generativa, Data Analytics e machine learning aplicadas à análise de consumo. Pesquisa qualitativa, quantitativa e mista. Etapas da pesquisa de marketing: definição do problema, coleta, análise e relatório. Uso de dados e ferramentas digitais (Google Trends, Power BI, CRM). Social listening, mineração de texto e análise de sentimentos. Privacidade, LGPD e responsabilidade digital.		
V – METODOLOGIA		
Aulas expositivas e práticas com estudos de caso de empresas que utilizam IA em marketing e comportamento do consumidor. Simulações em ferramentas digitais (ChatGPT, Power BI, Google Trends, CRM). Desenvolvimento de projeto prático de pesquisa de mercado baseada em dados reais. Aplicação de metodologias ativas.		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco inteiros).		
VII – BIBLIOGRAFIA		

PLANO DE DISCIPLINA

Básica:

CHURCHILL G. Marketing Criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2010.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. Marketing 4.0 do tradicional ao digital: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro: Campus, 2017.

SOLOMON. Michael R. O comportamento do consumidor: Comprando, possuindo e sendo. Porto Alegre: Bookman, 2011.

Complementar:

FOGGETTI Cristiano (organizador). Comportamento do consumidor e pesquisa de mercado. São Paulo: Pearson, 2015

PROVOST, F; FAWCETT, T. Data science para negócios: o que você precisa saber sobre mineração de dados e pensamento analítico de dados. Rio de Janeiro: Alta Book, 2016.

SAMPAIO, R.; MAGALHÃES, M.F. Planejamento de marketing: conhecer, decidir e agir do estratégico ao operacional. São Paulo: Prentice Hall Brasil, 2007.

PLANO DE DISCIPLINA

CURSO: BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO		
DISCIPLINA: GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS	CÓDIGO: ADM P- 10401	PERÍODO: 4º
CARGA HORÁRIA: 80ha – 66,7h		
REVISÃO: 01/2026		
I - EMENTA		
Levantamento dos custos fixos. Levantamento dos custos variáveis. Métodos de custeio. Técnicas para determinação do preço de venda.		
II – COMPETÊNCIAS		
Capacitar o aluno para identificar os elementos de custos presentes à operação da empresa; quantificar a participação dos custos do produto (variáveis) e da estrutura (fixos); formar o preço de venda considerando os diversos gastos e a competitividade; interpretar as informações de custos e relacioná-las aos objetivos do negócio da empresa; elaborar relatórios para a alta gestão.		
III - HABILIDADES		
Simulação da criação de um produto, revenda de mercadoria ou oferta de um serviço; simulação das demandas de produção, de estocagem e venda; simulação da análise dos pontos de equilíbrio de um negócio (PEC, PEE, PEF); simulação do fluxo do produto entre departamentos (departamentalização).		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
Gastos (investimentos, custos e despesas); classificação do custo em relação ao volume (fixos e variáveis); classificação dos custos em relação à alocação (diretos e indiretos); critérios de rateio e departamentalização; formação do preço de venda; pontos de equilíbrio (contábil, financeiro e econômico); análise da margem de contribuição e mix de produtos; alavancagem operacional e financeira; margem de segurança; sistemas de custeio; curva ABC; relatórios gerenciais; precificação.		
V – METODOLOGIA		
Aulas expositivas; listas de exercícios. Estudos de caso, dinâmicas em grupo e aprendizagem baseada em problemas. Simulação e jogos		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco inteiros).		
VII – BIBLIOGRAFIA		
BÁSICA:		
MARTINS, E. Contabilidade de custos. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2003.		
SOUZA, Alceu. Gestão de custos. São Paulo: <u>Atlas</u> , 2011.		
SILVA, Ernani João; GARBRECHT, Guilherme Theodoro. Custos empresariais: uma visão sistêmica do processo de gestão de uma empresa. Curitiba: Intersaberes. 2016.		
COMPLEMENTAR:		
BRUNI, Adriano Leal. Gestão de custos e formação de preços com aplicação na calculadora HP 12c e Excel. 3. ed. São Paulo. Atlas, 2004		
COELHO, Fabiano Simões. Formação estratégica de precificação: como maximizar o resultado das empresas. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009		
MEGLIORINI, Evandir. Custos. São Paulo: Makron Books, 2007.		
PEREZ JÚNIOR, José Hernandez; OLIVEIRA, Luís Martins de; COSTA, Rogério Guedes. Gestão estratégica de custos. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.		
SANTOS, Luiz Fernando Barcelos. Gestão de custos. Curitiba: Intersaberes. 2013		

PLANO DE DISCIPLINA

CURSO: BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO		
DISCIPLINA: RECURSOS MATERIAIS E PATRIMONIAIS	CÓDIGO: ADM P- 10402	PERÍODO: 4º
CARGA HORÁRIA: 80ha – 66,7h		
REVISÃO: 01/2026		
I - EMENTA		
Introdução à Administração de Recursos Materiais e Patrimoniais; Gestão de Compras; Gestão de Armazenagem; Gestão de Estoques; Recursos tecnológicos para gestão dos recursos Materiais e Patrimoniais.		
II – COMPETÊNCIAS		
Entender o foco e objetivos das áreas de compras, estoques e distribuição; identificar e compreender as variáveis-chave de compras, tais como, qualidade, tempo, quantidade correta, tomada de decisão sobre fontes de suprimentos; conhecer as novas formas de comprar; entender o dimensionamento e controle de estoques; entender a gestão dos recursos patrimoniais como uma atividade fundamental na administração empresarial; entender os fatores que determinam a escolha entre produzir materiais e os bens e serviços internamente ou comprá-los de uma fonte externa à organização.		
III - HABILIDADES		
Proporcionar aos alunos conhecimento do funcionamento da área de materiais, de seu papel no alcance dos objetivos estratégicos das organizações em um ambiente de economia globalizada; possibilitar que os alunos desenvolvam as competências essenciais ao gestor da área de materiais, de forma que possam implantar e utilizar métodos e instrumentos eficazes no gerenciamento dos estoques de materiais das empresas.		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
Introdução a administração de recursos materiais e patrimoniais no conceito empresarial e sua importância para a competitividade; Gestão dos estoques: Função e importância dos Estoques e Análise de Valor. Tipos de estoques; Previsão e controle de estoque. Parâmetros dos níveis de suprimento (teoria dos níveis de suprimento: o gráfico de dente de serra e o conduto de suprimento). Estoque: máximo, mínimo, segurança, ciclo e ponto de pedido (modelos de reposição contínua e periódica). Análise e projeção da demanda. Lote econômico de compra e produção. Classificação gerencial dos estoques (administração dos estoques por exceção – curva ABC); Gestão de Compras: Função e importância da Gestão de Compras; Desenvolvimento de Fornecedores; Visão estratégica de compras para aumentar competitividade da empresa; Lote Econômico de Compras; Análise Econômica de Compras; Eletronic Data Interchange (EDI); Métodos de avaliação de estoque: Custo Médio; Giro de Estoque; PEPS; Compreensão da importância dos recursos tecnológicos para a Administração de Materiais e da Previsão de demanda.		
V – METODOLOGIA		
Aulas expositivas, exercícios de aplicação dos conceitos estudados – em grupo e individualmente; estudos de caso; seminários; filmes; dinâmicas de grupo; simulação de situações reais de gerenciamento de estoques que possibilitem ao aluno vivenciar as situações reais do ambiente organizacional.		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser $\geq 5,0$ (cinco inteiros).		
VII – BIBLIOGRAFIA		
BÁSICA		
GASNIER, Daniel Georges. A dinâmica dos estoques: guia prático para planejamento, gestão de materiais e logística. São Paulo: IMAM, 2002.		
MARTINS, P.G.; Alt, P.R.C. Administração de materiais e recursos patrimoniais. São Paulo: Saraiva, 2006.		
VIANA, João José. Administração de materiais: um enfoque prático. São Paulo: Atlas, 2002.		
COMPLEMENTAR:		
ARNOLD, J. R. Tony. Administração de materiais. São Paulo: Atlas, 2009.		
CEIÇARE JÚNIOR, Cícero. Sistemas integrados de gestão: ERP. 2 es. Curitiba: Intersaberes. 2015.		
CHIAVENATO,Idalberto. Administração de materiais: uma abordagem introdutória. Rio de Janeiro: Campus, 2005		
LELIS, Eliacy Cavalcanti. Administração de materiais. São Paulo: Pearson Education do Brasil. 2016.(Acesso virtual)		
MEYERS, Fred E.; STEPHENS, Matthew P.. Manufacturing facilities design and material handling. 3. ed. EUA: Pearson Education do Brasil, 2005.		

PLANO DE DISCIPLINA

CURSO:	BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO	
DISCIPLINA: CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO	CÓDIGO: ADM C - 10403	PERÍODO: 4º
CARGA HORÁRIA: 40ha – 33,3h		
REVISÃO: 01/2026		
I - EMENTA		
Fundamentos da Inovação e Criatividade. Técnicas e exercícios que potencializam a criatividade e inovação em produtos e serviços. O processo de gestão criativo e de inovação na empresa. Características de pessoas criativas e inovadoras. Como estimular a inovação e a criatividade na empresa. Relevância da criatividade e da inovação sob a ótica do empreendedorismo. Senso comum e teorias sobre criatividade e inovação. Cultura e clima organizacionais relacionados ao comportamento criativo. Técnicas para estimular a criatividade.		
II – COMPETÊNCIAS		
Capacitar o aluno na identificação e avaliação de novas ideias e oportunidades de negócios com viés criativo, empreendedor e inovador; definição e aplicação do processo criativo; Criatividade colaborativa; identificação da natureza criativa e inovadora na estrutura organizacional da empresa; identificação e geração de ideias para inovação; Fatores chave para a identificação de ideias; Ideação e gestão de ideias para inovação.		
III - HABILIDADES		
Desenvolvimento do processo criativo na organização de dados e informações para a criação de modelos de negócios inovadores; elaboração de projetos inovadores visando o desenvolvimento de novos produtos, serviços e processos a partir da ideação de ideias; aplicação do modelo de negócios Canvas; Clarificação dos conceitos de geração de ideias, ideação e gestão de ideias para inovação.		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
São apresentados os conceitos e princípios da criatividade e da inovação; O processo criativo; A criatividade e a geração de ideias inovadoras; Soluções criativas para problemas reais: análise, desenvolvimento de soluções e implementação; Estágios do processo criativo; Ferramentas/Métodos de geração de ideia.		
V – METODOLOGIA		
Aulas expositivas sobre os principais conceitos; exercícios de aplicação dos conceitos estudados; metodologias ativas inovadoras, estudos de caso, seminários com a proposta de trabalhos em grupos, simulação das atividades desenvolvidas; filmes sobre experiências vividas por diversas organizações e dinâmicas de grupo, além de leituras de artigos indicados, referentes à área. Aprendizagem baseada em problemas e projetos. Essas práticas visam simular situações reais que projetem o aluno a experimentar os conhecimentos e ferramentas técnicas desenvolvidas na disciplina em situações cotidianas.		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser $\geq 5,0$ (cinco inteiros).		
VII – BIBLIOGRAFIA		
BÁSICA:		
BESSANT, John; TIDD, Joe; COSTA, Francisco Araújo da. Inovação e empreendedorismo.3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2019		
RODRIGUES Y RODRIGUES, M. V. Gestão do conhecimento e inovação nas empresas. São Paulo: Qualitymark, 2011.		
TIDD, JOE; BESSANT, JOHN. Inovação e Empreendedorismo. Editora: Bookman Companhia Editora, 2009.		
COMPLEMENTAR:		
BARON, R. A., SHANE, S. A. Empreendedorismo: uma visão do processo. São Paulo: Thomson Learning, 2007.		
DORNELAS, J. C. A.; Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.		
DRUCKER, Peter F.; Carlos J. MALFERRARI (Tradutor). Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship) prática e princípios. São Paulo: Cengage Learning, 2017		
PREBEDON, José. Criatividade: abrindo o lado inovador da mente. São Paulo. Atlas. 1997.		

PLANO DE DISCIPLINA

CURSO:	BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO	
DISCIPLINA: ECONOMETRIA	CÓDIGO: ADM T- 10404	PERÍODO: 4º
CARGA HORÁRIA: 40 ha – 33,3h		
REVISÃO: 01/2026		
I - EMENTA		
Conhecer sobre as ferramentas econométricas necessárias para a análise de modelos econômicos a partir de evidências empíricas. Realizar estimativa de modelos ou a leitura de trabalhos que utilizem esses métodos centrando-se no modelo clássico de regressão linear (simples e múltiplo) e no relaxamento de suas hipóteses básicas.		
II – COMPETÊNCIAS		
Compreender a função dos indicadores econômicos e sociais como preços, quantidades, comércio exterior, produção individual, deflatores, IPA, ICV, INPC, IGP, IGPM e etc. Elaborar estimativas e modelos utilizando regressão simples e multivariada, correlação e séries temporárias.		
III - HABILIDADES		
Preparação para a realização de estudos empíricos de fenômenos sociais, econômicos e financeiros, utilizando o instrumental da econometria de séries temporais, para as disciplinas de economia aplicada e finanças. Entender e utilizar os softwares estatísticos para realizar as análises.		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
Variável Aleatória. Esperança Matemática. Variância e Covariância. Estimador Não-Tendencioso - Estimadores de Mínimos Quadrados - Propriedades Assintóticas - Principais Distribuições Teóricas de Probabilidade. Introdução à Econometria - Conceitos e Objetivos - Especificação de Modelos Econométricos. Propriedades de Amostragem Finita dos Estimadores de MQO - O Modelo de Regressão Linear Clássico - Linearidade - Estrita Exogeneidade e Implicações - Outros Pressupostos - O Modelo Clássico de Regressão para Amostras Aleatórias - Regressores Fixos - A Álgebra dos Mínimos Quadrados - Resíduos Normalmente Distribuídos - Teste de Hipóteses para Coeficientes de Regressão Individuais - Testes t, F e Hipóteses Lineares. Análise de Regressão Linear Múltipla - O Modelo Estatístico de uma Regressão Linear Múltipla - Estimativas dos Parâmetros por M.Q.O. - Variâncias e Covariâncias		
V – METODOLOGIA		
Aula expositiva, laboratório e estudo de cases. Aplicações em casos de mercado para tomada de decisão. Utilização de softwares.		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser $\geq 5,0$ (cinco inteiros).		
VII – BIBLIOGRAFIA		
BÁSICA		
GUJARATI, D. Econometria Básica. 3. ed. São Paulo: Makron Books, 2000.		
PEREDA, P. C; DENISARD, A. Econometria aplicada. Rio de Janeiro: Elsevier, 2018.		
WOOLDRIDGE, Jeffrey M. Introdução à econometria: uma abordagem moderna. São Paulo: Cengage Learning, 2012.		
COMPLEMENTAR:		
MORETTI, Pedro A. Econometria financeira: um curso em séries temporais financeiras. 3ª ed. São Paulo. Blucher, 2017		
SANTOS, Luiz Rogério Alves dos. Introdução à econometria. 1ªed. Curitiba: Intersaberes, 2019		
STOCK, J.H. e WATSON, M.W. Econometria. São Paulo: Addison Wesley, 2004. Biblioteca Virtual Universitária 3.0		

PLANO DE DISCIPLINA

CURSO: BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO		
DISCIPLINA: GESTÃO MERCADOLÓGICA	CÓDIGO: ADM P- 10405	PERÍODO: 4
CARGA HORÁRIA: 80ha – 66,7h		
REVISÃO: 01/2026		
I - EMENTA		
Estudo da gestão mercadológica sob a ótica da transformação digital. O marketing estratégico orientado por dados, inteligência artificial e automação. Aplicação das novas tecnologias para mapeamento da jornada do cliente, análise preditiva, criação de valor e posicionamento de marca. Planejamento e execução de estratégias de marketing baseadas em dados. Desenvolvimento de novos produtos e marcas, precificação, comunicação, distribuição e relacionamento com clientes. Desenvolvimento de estratégias omnichannel, comunicação integrada e experiências personalizadas, com foco em resultados sustentáveis e éticos. Introdução ao uso de tecnologias digitais e ferramentas de inteligência artificial para apoio à tomada de decisão em marketing.		
II – COMPETÊNCIAS		
Compreender e aplicar o marketing como instrumento estratégico orientado por dados e IA. Planejar ações mercadológicas com base em evidências, métricas e insights preditivos. Utilizar ferramentas digitais para tomada de decisão e mensuração de resultados. Integrar a visão de negócios com o pensamento tecnológico e inovador. Liderar estratégias de marketing digital e omnichannel. Desenvolver visão crítica e ética sobre o impacto social e ambiental das ações mercadológicas.		
III - HABILIDADES		
Operar ferramentas de análise de dados e automação de marketing (CRM, Google Analytics, Power BI). Utilizar sistemas de informação de marketing (SIM, CRM, BI) para análise de dados. Desenvolver estratégias de marketing digital com uso de IA (segmentação, conteúdo, mídia) para produtos e serviços. Aplicar técnicas de design thinking e marketing preditivo. Criar e gerenciar marcas (branding) com propósito e reputação digital. Interpretar indicadores de desempenho e retorno sobre investimento (ROI, CAC, LTV). Desenvolver planos de marketing com base em evidências e indicadores de desempenho (KPIs).		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
Sistema de informação de marketing (SIM). Big Data, BI e análise de dados aplicados à decisão mercadológica. Varejo e vendas. Canais, trade marketing, merchandising no ponto de venda e omnicanalidade. Desenvolvimento de produtos, precificação, embalagem. Data Marketing e Inteligência Artificial Aplicada. Gestão de Marcas e Experiência do Cliente (CX e UX). Branding, brand equity, propósito de marca e gestão de reputação online. Comunicação e Mídias Digitais Integradas: Estratégias de mídia paga, orgânica e influenciadores. Planejamento e Execução de Estratégias Data-Driven Métricas, KPIs, dashboards e relatórios inteligentes. Ética, sustentabilidade e responsabilidade social no marketing digital.		
V – METODOLOGIA		
Aulas expositivas sobre os principais conceitos; exercícios de aplicação dos conceitos estudados; estudos de caso, seminários com a proposta de trabalhos em grupos, simulação das atividades desenvolvidas; PBL; problematização; filmes e documentários sobre experiências vividas por diversas organizações e dinâmicas de grupo, além de leituras de artigos indicados, referentes à área. Aulas dinâmicas com aplicação de ferramentas digitais, simulações em plataformas de marketing (CRM, Google Trends, ChatGPT, Power BI), resolução de problemas reais (PBL), estudo de casos de empresas que aplicam IA em marketing e desenvolvimento de um projeto de marketing orientado por dados.		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco inteiros).		
VII – BIBLIOGRAFIA		
BÁSICA: CARVALHO, Luis Alfredo Vidal de Datamining: a mineração de dados no marketing, medicina, economia, engenharia e administração. 2. ed. São Paulo: Érica, 2002., 2002. KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. 1.ed. São Paulo: Pearson, 2010. MAGALHÃES, Marcos Felipe; SAMPAIO Rafael. Planejamento de Marketing: conhecer, decidir e agir do estratégico ao operacional. São Paulo: Prentice Hall. 2007		
COMPLEMENTAR:		

PLANO DE DISCIPLINA

COUGHLAN, Anne T.; et al. Canais de marketing. 7. ed. São Paulo: Pearson, 2012., 2012
FUTRELL, Charles M.; Vendas: fundamentos e novas práticas de gestão. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.
KELLER, Kevin Lane; MACHADO, Marcos; MARQUES, Arlete Simille. Gestão estratégica de marcas. São Paulo: Pearson, 2006.
SANTOS, Adriane Shimainski. Marketing de relacionamento. São Paulo: Pearson Education do Brasil. 2015. STADLER, Adriano. Desenvolvimento de produtos e métricas de marketing. Curitiba: Intersaber. 2013.

PLANO DE DISCIPLINA

CURSO: BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO		
DISCIPLINA: MATEMÁTICA FINANCEIRA	CÓDIGO: ADM T - 10406	PERÍODO: 4º
CARGA HORÁRIA: 80ha – 66,7h		
REVISÃO: 01/2026		
I - EMENTA		
Esta disciplina aborda os princípios e as ferramentas da matemática financeira, essenciais para a tomada de decisões em contextos administrativos. O programa explora os conceitos de capital, prazo, juros, montante e fluxo de caixa. Aprofunda-se no regime de juros compostos, no estudo das taxas de juros (nominal, efetiva, real) e na análise de séries uniformes e variáveis de pagamentos. O conteúdo inclui também a aplicação de sistemas de amortização (Price e SAC) e a utilização de índices financeiros. Por fim, capacita o estudante para a análise de projetos de investimento através de técnicas como Payback, Payback Descontado, Índice de Lucratividade, Valor Presente Líquido (VPL) e Taxa Interna de Retorno (TIR).		
II – COMPETÊNCIAS		
Compreender os conceitos fundamentais da matemática financeira e sua relevância para a gestão administrativa; Analisar e interpretar diferentes cenários financeiros; Aplicar fórmulas e técnicas matemáticas para solucionar problemas financeiros; Avaliar a viabilidade econômica de projetos de investimento, utilizando os critérios de análise adequados e Relacionar os conhecimentos adquiridos com situações reais do mercado financeiro e de negócios.		
III - HABILIDADES		
Identificar os elementos básicos de uma operação financeira (capital, taxa, prazo); Calcular juros, montante, descontos e taxas de juros em diferentes regimes; Elaborar tabelas de amortização de empréstimos e financiamentos (Price e SAC); Utilizar a HP 12c ou calculadora científica para resolver problemas financeiros; Avaliar a rentabilidade e o risco de projetos de investimento utilizando o VPL, a TIR, o Payback e o Índice de Lucratividade; Interpretar e comparar diferentes propostas de financiamento e investimento para a tomada de decisão e Comunicar de forma clara e objetiva a análise de problemas financeiros.		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
Conceitos Fundamentais: Definição de capital, prazo, juros, montante; Regime de juros simples vs. Compostos; Equivalência de capitais;		
Juros Compostos e Taxas: Fórmula do montante a juros compostos; Taxas de juros: nominal, efetiva, equivalente, real; Conversão de taxas de juros.		
Séries de Pagamentos: Definição de séries uniformes (anuidades); Valor presente e valor futuro de séries uniformes; Cálculo de prestações, capital e juros em séries de pagamentos; Definição de séries variáveis de pagamentos.		
Sistemas de Amortização: Sistema de Amortização Constante (SAC); Sistema de Amortização Francês (Price); Comparação entre os sistemas de amortização.		
Análise de Investimentos: Fluxo de caixa; Payback e Payback Descontado; Valor Presente Líquido (VPL); Taxa Interna de Retorno (TIR); Índice de Lucratividade (IL); Análise comparativa de projetos de investimento; Índices financeiros: rentabilidade, liquidez e endividamento.		
V – METODOLOGIA		
Aulas expositivas em sala de aula ou laboratório; utilização de planilha eletrônica (<i>Excel</i>) e calculadora financeira (HP 12C).		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser $\geq 5,0$ (cinco inteiros).		
VII – BIBLIOGRAFIA		
BÁSICA:		
CASAROTTO FILHO, NELSON. Analise de Investimentos: Matemática Financeira, Engenharia Econômica, Tomada de Decisão. Bruno Hartmut Kopittke. 11. Ed. São Paulo: Atlas, 2010.		
FARO, Clóvis de; LACHTERMACHER, Gerson. Introdução à Matemática Financeira. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2012.		
SAMANEZ, Carlos Patrício Mercado. Matemática Financeira. 5. Ed. São Paulo, São Paulo: Pearson, 2010.		

PLANO DE DISCIPLINA

COMPLEMENTAR:

GITMAN, Lawrence Jeffrey; MADURA, Jeff. **Administração financeira: uma abordagem gerencial.** São Paulo: Pearson, 2003.

MEGLIORINI, Evandir; VALLIM, Marco Aurélio. **Administração financeira.** 2. ed. São Paulo: Pearson, 2018.

PENIDO, Eduardo. **Matemática financeira essencial.** São Paulo: Atlas, 2008.

PLANO DE DISCIPLINA

CURSO: BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO		
DISCIPLINA: ADMINISTRAÇÃO DA PRODUÇÃO E OPERAÇÕES	CÓDIGO: ADMP- 10501	PERÍODO: 5º
CARGA HORÁRIA: 80ha - 66,7h		
REVISÃO: 01/2026		
I – EMENTA		
Definição de produção x operações; Manufatura e serviços; Objetivos de desempenho; Cenário atual: práticas, tecnologia, empresas e mercados globais; Cadeia produtiva: visão em rede e os fatores de decisão e gestão da rede; A visão por processos; Mapeamento e melhoria de processos; Gargalos; Desperdícios; Procedimentos e Padronização; Qualidade e Melhoria Contínua; Capacidade e Medidas; Recursos e gestão (homem X máquinas x tempo x demanda); Indicadores de nível de serviço; A importância da localização; Fatores e Modelos de decisão; Tipos e aplicações de arranjo físico; Visão estratégica do arranjo físico; Fatores de decisão; Fábricas, lojas e escritórios; Demanda agregada e plano agregado; Demandas agregadas para serviços – os modelos de centralização de estruturas, os “escritórios-fábricas”.		
II – COMPETÊNCIAS		
Capacitar os alunos no entendimento e análise da função produção/operações e otimizar os processos produtivos de uma forma lógica, utilizando técnicas específicas para cada caso.		
III – HABILIDADES		
Introdução à administração da produção; projeto de produtos, serviços e processos; análise e estudos de tempo e métodos; avaliação de capacidade produtiva; desempenhos competitivos e estratégia na manufatura; produtividade industrial; estudos do arranjo físico; técnicas modernas de administração de produção; balanceamento da produção; qualidade e produtividade.		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
Conceitos sobre Manufatura e serviços; Objetivos da administração da produção; estratégia da produção x organização; input & output/tipologia das operações; sistema de produção; arquitetura de um sistema produtivo e suas características; análise de estudos de tempo: cronoanálise e balanceamento de linha; conceito; desempenhos competitivos na manufatura: Flexibilidade, velocidade, qualidade, custo e confiabilidade; cálculo de produtividade industrial; análise de gargalo e gerenciamento de restrições; estudos de arranjos físicos: lay-out celular, em linha e departamental; filosofia e ferramentas do Sistema Lean: desperdícios, VSM, Seis Sigma, set-up rápido, 5S, trabalho padronizado.		
V – METODOLOGIA		
Aulas expositivas em sala de aula e/ou laboratório (dialogada e cognitiva); estudo de texto e discussões; solução de problemas; utilização de simulador; vídeos; seminários.		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco inteiros).		
VII – BIBLIOGRAFIA		
BÁSICA		
CHIAVENATO, Idalberto. Gestão da Produção: uma abordagem introdutória. São Paulo: Manole, 2014.		
SLACK, Nigel. Administração da produção. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2002.		
RITZMAN, Larry P.; KRAJEWSKI, Lee J.; GALMAN. Administração da produção e operações. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2004.		
COMPLEMENTAR:		
CORRÊA, HENRIQUE L., GIANESI, IRINEU G. N. Just in time, MRP II e OPT: um enfoque estratégico. São Paulo, ATLAS, 1996.		
FENERICH. Francieli Cristina. Administração de sistemas de operações. Curitiba: Intersaberes. 2016. (Acesso Virtual)		
MOREIRA, Daniel Augusto. Administração da produção e operações. São Paulo: Pioneira, 2002.		
SCHWAB, KLAUS. A quarta revolução industrial. São Paulo: Edipro. 2016		
ZORZO, Adalberto (org) Gestão da produção e operações. São Paulo: Pearson Education. 2015. (Acesso Virtual).		

PLANO DE DISCIPLINA

CURSO:	BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO	
DISCIPLINA: ANÁLISE CONTÁBIL E FINANCEIRA	CÓDIGO: ADM P- 10502	PERÍODO: 5º
CARGA HORÁRIA: 80 ha - 66,6h		
REVISÃO: 01/2026		
I - EMENTA		
A empresa e seu meio ambiente; Fontes de financiamento; Aplicação de recursos das empresas; Demonstrações financeiras; Normas internacionais (IFRS); Normas brasileiras (CPC); Demonstrações contábeis.		
II – COMPETÊNCIAS		
Capacitar o aluno para: interpretar em termos quantitativos e qualitativos, as informações contábeis e financeiras necessárias à tomada de decisão; Avaliar a capacidade de liquidez e comprometimento financeiro da empresa; avaliar os diferentes aspectos do retorno; mensurar a composição da estrutura de capital da empresa; Medir prazos médios e ciclo operacional da empresa.		
III - HABILIDADES		
Analisar as demonstrações de empresas reais do mercado nacional e internacional; Criar comparativos entre empresas do mesmo segmento; comparar empresas de diferentes segmentos; Criar relatórios de análise das demonstrações de potenciais clientes, fornecedores e parceiros; Comparar diferentes indicadores (EVA, MVA, ROI).		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
Demonstrações contábeis (balanço patrimonial, demonstração do resultado do exercício, demonstração das mutações patrimoniais, demonstração de origens e aplicações); Análise vertical e horizontal; Análise dos índices financeiros e situação financeira da empresa; Análise de retorno (ROA, ROI, ROE); Economic value added (EVA) e Market value added(MVA).		
V – METODOLOGIA		
Aulas expositivas, listas de exercícios, elaboração de planilhas eletrônicas, consultas a sites empresariais e financeiros.		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco inteiros).		
VII – BIBLIOGRAFIA		
BÁSICA: PADOVEZE, Clóvis Luís. Contabilidade gerencial: um enfoque em sistema de informação contábil. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2004. SANTOS, José Luiz dos; SCHMIDT, Paulo; GOMES, José Mário Matsumara; FERNANDES, Luciane Alves. Contabilidade geral. São Paulo: Atlas, 2004. TINOCO, João Eduardo Prudêncio. Balanço social: uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações. São Paulo: Atlas, 2008.		
COMPLEMENTAR: BRUNER, Robert F. Estudos de casos em finanças: gestão para criação de valor corporativo. 5. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2009 BRUNI, Adriano Leal. A análise contábil e financeira. 3. ed. São Paulo:Atlas, 2014 KASSAI, José Roberto; et al.. Retorno de investimento: abordagens matemáticas e contábil do lucro empresarial. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2007. MATARAZZO, Dante C.. Análise financeira de balanços: abordagem gerencial. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010. SILVA, Edson Cordeiro da. Contabilidade empresarial para gestão de negócios: guia de orientação fácil e objetivo para apoio e consulta de executivos. São Paulo: Atlas, 2008.		

PLANO DE DISCIPLINA

CURSO: BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO		
DISCIPLINA: PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO	CÓDIGO: ADM P- 10503	PERÍODO: 5º
CARGA HORÁRIA: 40ha – 33,3 h		
REVISÃO: 01/2026		
I - EMENTA		
Relacionar o planejamento tributário com o sistema tributário brasileiro e com as regras gerais do Direito Tributário. Definir planejamento tributário e diferenciá-lo de figuras afins. Conhecer os limites do planejamento tributário e a regulação do instituto no Brasil. Analisar casos práticos de planejamento tributário na tributação sobre a renda, patrimônio, consumo, bem como na tributação internacional e no mercado financeiro.		
II – COMPETÊNCIAS		
Capacidade de dominar princípios e fundamentos gerais do Planejamento Tributário; capacidade de diagnosticar e estabelecer metodologias para implementação do Planejamento Tributário nas empresas. Realizar o planejamento tributário e entender o funcionamento do sistema tributário brasileiro. Compreender os limites e regulação do planejamento tributário. Analisar casos de planejamento na tributação sobre a renda, patrimônio, consumo, tributação internacional e mercado financeiro.		
III - HABILIDADES		
Reconhecer a importância dos tributos para o desenvolvimento da sociedade e das organizações; propor soluções para as organizações no que se refere à gestão de impostos minimizando os custos tributários. Aplicar adequadamente a legislação inerente aos tributos e ao Planejamento Tributário.		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
Fontes do direito tributário. Conceito de tributo. Princípios constitucionais tributários. O sistema tributário nacional. Imposto de renda das pessoas jurídicas e físicas. Teoria geral da tributação. Os tributos: impostos, taxas e contribuições. Os tributos da União, dos Estados e dos Municípios. Limitações constitucionais ao direito de tributar: o Estatuto do Contribuinte. Legislação tributária infraconstitucional. A guerra fiscal no Brasil. Análise crítica dos impostos, taxas e contribuições incidentes sobre diferentes tipos de empresa. Governança tributária. Análise e Planejamento de Tributos: Tributo, Impostos, Taxas, Contribuição de Melhoria, Contribuição Social, Empréstimo Compulsório, Obrigação Tributária, Planejamento Tributário, Estratégias tributárias, Incentivos fiscais. Crimes de sonegação fiscal.		
V – METODOLOGIA		
Aulas expositivas; laboratório, estudo de casos debates e júri simulado.		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco inteiros).		
VII – BIBLIOGRAFIA		
BÁSICA		
CASTRO, Leonardo Freitas de Moraes. Planejamento Tributário: análise de casos. São Paulo: MP Editora, 2010.		
GRECO, Marco Aurélio Greco. Planejamento Tributário. 2. ed. São Paulo: Dialética, 2008.		
SCHOUERI, Luís Eduardo. Planejamento Tributário e o “Propósito Negocial”. São Paulo: Quartier Latin, 2010.		
COMPLEMENTAR:		
BORGES, Humberto Bonavides. Planejamento tributário: IPI, ICMS, ISS e IR: economia de impostos, racionalização de procedimentos fiscais, relevantes questões tributárias, controvertidas questões tributárias, complexas questões tributárias, questões avançadas no universo da governança tributária. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2008		
BORGES, José Casiano; REIS, Maria Lúcia Américo. ICMS Parte Geral. 5 ed. Rio de Janeiro: Freitas Bastos ed. 2015.		
BORGES, José Casiano; REIS, Maria Lúcia Américo. IPI Atualizado de acordo com o decreto 7212/2010. 3 ed. Rio de Janeiro: Freitas Bastos ed. 2015.		
CASSONE, Vittorio. Direito tributário. 25. ed. São Paulo: Atlas, 2015.		
FABRETTI, Láudio Camargo. Contabilidade tributária. 11. ed. São Paulo:Atlas, 2009.		

PLANO DE DISCIPLINA

CURSO: BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

DISCIPLINA: GESTÃO DE PROJETOS	CÓDIGO: ADM P- 10504	PERÍODO: 4º
--------------------------------	----------------------	-------------

CARGA HORÁRIA: 80ha - 66,7h

REVISÃO: 01/2026

I - EMENTA

O plano do projeto e sua implementação; Definição de objetivos dos projetos; identificando dos stakeholders; Organização das informações; O processo de planejamento de um projeto; A utilização de uma ferramenta de apoio à gestão de projetos. Utilização do MS Project e PROJECTLIBRE.

II - COMPETÊNCIAS

O projeto como forma de organização do trabalho nas empresas. O ciclo de vida, da iniciação ao encerramento e a utilização de ferramentas específicas na gestão de projetos. O papel do gerente de projetos e as equipes de alto desempenho. O planejamento, a execução e o controle de projetos. Técnicas da programação e a gestão do tempo. As Instituições de referência (Project Management Institute - PMI) e as áreas de influência na gestão de projetos. As lições aprendidas.

III - HABILIDADES

Capacitar o aluno na aplicação de procedimentos metodológicos de planejamento, execução e controle de projetos, conforme as principais técnicas existentes na atualidade; utilização de ferramentas para execução e o controle de projetos; poder gerenciar todas as áreas que envolvem a moderna gestão de projetos.

IV - CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

Desenvolvimento do plano do projeto visando a sua implementação; definição de objetivos para o planejamento dos projetos, identificando os diversos envolvidos na gestão de projetos; avaliação e organização das informações, estruturando-as de forma a suprir o processo de planejamento de um projeto; aplicação dos procedimentos de utilização de uma ferramenta de apoio à gestão de projetos (MS Project). Introdução a metodologias ágeis.

V - METODOLOGIA

Aulas expositivas, exercícios de aplicação dos conceitos estudados, estudos de caso, leitura e discussão de artigos. Realização de dinâmicas para exemplificar situações reais, filmes e documentários. Aulas de laboratório com utilização da ferramenta MS Project, do Project Libre e outras tendências.

VI - AVALIAÇÃO

Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco inteiros).

VII - BIBLIOGRAFIA

BÁSICA:

COSTA, Adriana Bastos da; PEREIRA, Fernanda da Silva. Fundamentos de gestão de projetos da teoria à prática - como gerenciar projetos de sucesso. Curitiba: Intersaber, 2019

KERZNER, H. Gerenciamento de projetos: uma abordagem sistêmica para planejamento, programação e controle - 2ª Edição. São Paulo, Editora Blucher, 2018.

NEWTON, Richard. O gestor de projetos. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

COMPLEMENTAR:

ROCHA, Alan Chistian.; VARGAS, Ricardo Viana. Microsoft project 2016 – standard, professional, & pro para office 365. Rio de Janeiro: Brasport, 2017.

SOUSA NETO, M.V. Gestão Dinâmica de Projetos: LifeCycleCanvas. Rio de Janeiro: Brasport, 2019.

VALERIANO, D. Moderno Gerenciamento de Projetos. São Paulo: Pearson. 2013.

VIVACQUA, F. R. MACEDO O. S., XAVIER, L. F. S.; XAVIER, C. M. S. Metodologia de Gerenciamento de Projetos: Methodware. 3ª Ed.Rio de Janeiro: Brasport, 2018.

PLANO DE DISCIPLINA

CURSO: BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO		
DISCIPLINA: GESTÃO DE PESSOAS	CÓDIGO: ADM P- 10505	PERÍODO: 5º
CARGA HORÁRIA: 80ha – 66,7h		
REVISÃO: 01/2026		
I - EMENTA		
Trazer ao aluno o conhecimento de todos os subsistemas de Gestão de Pessoas em uma empresa e fazendo com que aplique esses conhecimentos na prática durante as atividades.		
II– COMPETÊNCIAS		
Capacitar o aluno a reconhecer e escolher alternativas da gestão da equipe organizacional a partir das propostas sugeridas pelos estudos, visando atender aos objetivos individuais, organizacionais e sociais; desenvolver no aluno o hábito de atuar na organização de equipes de pessoas desde a captação, aplicação, manutenção, desenvolvimento e monitoramento do desempenho das atividades, visando assim a uma boa interação e comprometimento das pessoas envolvidas em relação aos objetivos de uma organização; capacitar o aluno a desenvolver bom relacionamento interpessoal, estando apto para trabalho em equipes multidisciplinares; propiciar ao aluno atuar de maneira inovadora e criativa nas suas atividades profissionais, possibilitando satisfação profissional própria e de sua equipe.		
III – HABILIDADES		
Compreender e gerir as organizações: sistemas sociais de cooperação humana; a estrutura organizacional como suporte à gestão de pessoas; enfoque sistêmico na gestão de pessoas; as transformações no mundo das organizações contemporâneas; planejamento estratégico corporativo e a função de recursos humanos; planejamento estratégico da gestão de pessoas; macro funções de recursos humanos; recrutamento e seleção de pessoas; orientação de pessoas na organização; modelagem de cargos; avaliação do desempenho humano; remuneração e programas de incentivos e benefícios; treinamento e capacitação de pessoas; desenvolvimento de pessoas na organização; relações com empregados; sistemas de informações e banco de dados de recursos humanos; qualidade de vida no trabalho / saúde e segurança no trabalho; aspectos da liderança organizacional; responsabilidade social corporativa e a gestão de pessoas; perspectivas futuras da gestão de pessoas.		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
As organizações e a cooperação humana; estrutura organizacional como suporte à gestão de pessoas; enfoque sistêmico na gestão de pessoas; a função gestão de pessoas; macro funções de recursos humanos; recrutamento e seleção de talentos; orientação de talentos na organização; modelagem de cargos; avaliação do desempenho humano (avaliação de desempenho e de competências); remuneração e programas de incentivos e benefícios; treinamento e capacitação de pessoas; desenvolvimento de pessoas na organização; relações com empregados; plano de cargos e salários; plano de carreiras; sistemas de informações e banco de dados de recursos humanos; qualidade de vida no trabalho/saúde e segurança no trabalho; responsabilidade social corporativa e a gestão de pessoas; Gestão estratégica de pessoas; Subsistema de provisão; Subsistema de aplicação; Subsistema de manutenção; Subsistema de desenvolvimento; Subsistema de monitoração; Identificação e desenvolvimento de empreendedores corporativos; Gestão do conhecimento nas organizações e o processo de inovação organizacional; Gestão de pessoas na empresa global; Gestão de pessoas na era digital.		
V – METODOLOGIA		
Aulas expositivas sobre os principais conceitos, exercícios de aplicação dos conceitos estudados, estudos de caso, seminários com a proposta de trabalhos em grupos, simulação das atividades desenvolvidas, filmes e documentários sobre experiências vividas por diversas organizações e dinâmicas de grupo, além de leituras de artigos indicados, referentes à área. Essas práticas visam a simular situações reais que projetem o aluno no ambiente organizacional.		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco).		
VII – BIBLIOGRAFIA		
BÁSICA: F 1 B CARVALHO, A. V.; NASCIMENTO, L. P. Administração de recursos humanos. São Paulo: Pioneira, 2002. CHIAVENATO, I. Recursos humanos: o capital humano das organizações. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2023. DESSLER, Gary. Administração de Recursos Humanos. São Paulo: Prentice Hall. 2003. (Acesso Virtual) COMPLEMENTAR:		

PLANO DE DISCIPLINA

DUTRA, Joel Souza. Competências: conceitos e instrumentos para a gestão de pessoas na empresa moderna. São Paulo: [s.L.], 2011.

FLEURY, Afonso; FLEURY, Maria Tereza Leme. Estratégias empresariais e formação de competências: um quebra-cabeça caleidoscópico da indústria brasileira. 2 ed. São Paulo: Atlas,[s.d.].

FREIRE, Denilson. Treinamento e desenvolvimento em Recursos Humanos. Encenando e efetivando resultados. Curitiba: Intersaber. 2014. (Acesso Virtual)

RIBEIRO, Antonio de Lima. Gestão de pessoas. 2 ed. São Paulo: Atlas. 2014.

ROBBINS, Stephen P. A verdade sobre gerenciar pessoas. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2006.

PLANO DE DISCIPLINA

CURSO: BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO		
GESTÃO DE INTELIGÊNCIA DE MERCADO	CÓDIGO: ADM P-10506	PERÍODO: 5º
CARGA HORÁRIA: 40ha – 33,3h		
REVISÃO: 01/2026		
I – EMENTA		
A análise de dados como um dos princípios da transformação digital nas organizações; Conceitos de Business Intelligence e Business Analytics (BA) no processo de tomada de decisão; Planejamento de Inteligência de Mercado; A prática de Inteligência de Mercado.		
II – COMPETÊNCIAS		
Conhecer a evolução e a utilização dos dados e sistemas nos ambientes de gerenciamento corporativo; dominar os conceitos básicos de Business Intelligence (BI) e Business Analytics (BA); conhecer a estrutura de uma arquitetura de BI; conhecer ferramentas de inteligência de mercado. .		
III – HABILIDADES		
Aplicar técnicas de BI ou BA utilizando ferramentas do tipo Query & Report e ferramentas do tipo On-Line Analytical Processing (OLAP) para obter informações e gerar inteligência para a tomada de decisão; Ter uma visão do modelo de negócio com o objetivo de estruturar um planejamento de inteligência de mercado e aplicar técnicas de cada componente na arquitetura de BI.		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
A evolução dos dados como princípio da transformação digital e sistemas no ambiente corporativo; gerência de conhecimento; inteligência competitiva; modelos de negócios; o processo de tomada de decisão no ambiente corporativo; Planejamento de Inteligência de Mercado; Business Intelligence e Business Analytics; data warehouse, data mart, data mining; data text e web mining; Sistemas de Informações Geográficas (GIS); Processamento Analítico Online (OLAP); análise de negócios e visualização de dados; dashboards de desempenho; relatórios e consultas; medida de desempenho; ferramentas corporativas de BI; Business Performance Management (BPM); O cenário das megatendências e as novas aplicações de tecnologia na inteligência de mercado (Iot, Realidade Virtual, Realidade Aumentada e Big Data).		
V – METODOLOGIA		
A metodologia aplicada utiliza aulas teóricas expositivas mescladas com parte prática em ferramentas corporativas de BI, através de exercícios e elaboração de projeto de BI. Para aliar a teoria à prática, os alunos os trabalharão em cases e situações reais de mercado, utilizando técnicas de aprendizagem baseadas em problemas reais (PBL). Os alunos também participarão de palestras e oficinas promovidas por empresas que atuam nas áreas de interesse da disciplina.		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco).		
VII – BIBLIOGRAFIA		
BÁSICA		
CARVALHO, Luís Alfredo Vidal de. Datamining: a mineração de dados no marketing, medicina, economia, engenharia e administração. 2. ed. São Paulo: Érica, 2002.		
MACHADO, Felipe Nery Rodrigues. Tecnologia e projeto de Data Warehouse: uma visão multidimensional. São Paulo: Érica, 2011.		
TURBAN, E. ET AL. Business intelligence: um enfoque gerencial para a inteligência do negócio. Porto Alegre: Bookman, 2009.		
COMPLEMENTAR:		
HOELZ, Jose Carlos [org.]. Sistemas de Informações gerenciais em RH. São Paulo: Pearson, 2015		
LAUDON, Kenneth C.; LAUDON. Sistemas de informação gerenciais. 11. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.		
PASSOS, Emmanuel; GOLDSCHMIDT, Ronaldo. Datamining um guia prático: conceitos, técnicas, ferramentas, orientações e aplicações. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.		
REZENDE, Denis Alcides; ABREU, Aline França de. Tecnologia da informação aplicada a sistemas de informações empresariais: o papel estratégico da informação e dos sistemas de informação nas empresas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2003.		



PLANO DE DISCIPLINA

CURSO: BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO		
DISCIPLINA: ESTRATÉGIA COMPETITIVA E CORPORATIVA	CÓDIGO: ADM P- 10601	PERÍODO: 6º
CARGA HORÁRIA: 80ha – 66,7h		
REVISÃO: 01/2026		
I - EMENTA		
Conhecimento e aplicação das estratégias competitivas empresariais.		
II – COMPETÊNCIAS		
Capacitar o aluno na organização de dados e informações para o planejamento estratégico, tático e plano de ações; seleção e utilização de processos e ferramentas para implantação de planejamento corporativo e ações; definição elaboração de processos analíticos e indicadores de desempenho a serem acompanhados; utilização de aplicativos de informática nos diversos tipos de planejamento; aplicação do planejamento estratégico com base metodológica e aplicação de conceitos de competitividade, necessidades e vantagens competitivas.		
III – HABILIDADES		
Identificação e aplicação das etapas do processo de mudança e implantação do planejamento estratégico; definição de objetivos dos planejamentos estratégico, tático e plano de ações; definição do padrão e da natureza das informações a serem levantadas nos tipos de planejamento; avaliação de informações, estruturando-as de forma a suprir o processo de planejamento; conhecimento dos fundamentos, objetivos, estrutura, organização e o funcionamento da gestão; conhecimento e aplicação das estratégias competitivas e empresariais; conhecimento e aplicação de indicadores de desempenho estratégico.		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
Conceitos e evolução das escolas do pensamento estratégico. Estratégias corporativas: fusões, aquisições, incorporações, joint ventures, formação de conglomerados; planejamento nas organizações; definição do negócio e ciclo de vida; o comportamento organizacional, a estrutura do planejamento estratégico; governança corporativa; a ação estratégica e o comprometimento com a sustentabilidade; indicadores e o controle e o monitoramento dos resultados - KPIs; o BSC como ferramenta de monitoramento, controle e comunicação das estratégias; operacionalização do planejamento estratégico completo de pequenas, médias e grandes organizações; cadeia de valor de Porter; processo de inovação e competitividade.		
V – METODOLOGIA		
Aulas expositivas, exercícios de aplicação dos conceitos estudados, estudos de caso, leitura e discussão de artigos; trabalho de estudos em grupo, dinâmicas para exemplificar situações reais, filmes e documentários.		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco).		
VII – BIBLIOGRAFIA		
BÁSICA:		
ALMEIDA, Martinho Isnard Ribeiro de. Manual de planejamento estratégico: desenvolvimento de planejamento estratégico. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.		
DAVENPORT, Thomas H.. Missão crítica: obtendo vantagem competitiva com os sistemas de gestão empresarial. São Paulo: Artmed, 2002.		
PORTER, Michael E. Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. Rio de Janeiro: Campus, 2018.		
COMPLEMENTAR:		
BARNEY, Jay B.; HESTERLY, William S. Administração estratégica e vantagem competitiva: conceitos e casos. 3.ed. São Paulo: Pearson, 2011. (BV)		
HOOLEY, Graham J.; SAUNDERS, John A.; PIERCY, Nigel F. Estratégia de Marketing e Posicionamento Competitivo – 3. ed. São Paulo: Pearson, 2013.		
KLUYVER, Cornelis de. Estratégia: uma visão executiva. São Paulo: Pearson, 2010. (Acesso Virtual)		
MINTZBERG, Henry. Safári de Estratégia. 2. Ed. São Paulo: Bookman, 2010.		
PORTER, Michael E. Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior. São Paulo: Elsevier, 1989.		



PLANO DE DISCIPLINA

CURSO:	BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO		
DISCIPLINA:	PESQUISA OPERACIONAL	CÓDIGO:	ADM P - 10602
CARGA HORÁRIA:	80ha – 66,7h	PERÍODO:	6º
REVISÃO:	01/2026		
I - EMENTA			
Problema de Programação Linear. Resolução gráfica. Método Simplex. Análise de sensibilidade. Estudo da teoria das filas.			
II – COMPETÊNCIAS			
Identificar as características de problemas de otimização; reconhecer as características de problemas envolvendo racionalização; representar sistemas com restrições; indicar o uso da abordagem dual em sistemas genéricos; reconhecer as principais características de programação linear; identificar as premissas de uso de programação inteira; reconhecer as situações de aplicação de técnicas em grafos.			
III - HABILIDADES			
Modelagem de problemas; programação linear; dualidade em programação Linear; problemas de transporte.			
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS			
Pesquisa Operacional e a análise de decisão: conceito de decisão, enfoque gerencial da pesquisa operacional, fases de um estudo de pesquisa operacional, modelagem de problemas gerenciais, construção de modelos de simulação, tipos de modelos de pesquisa operacional; programação linear: modelagem de problemas de alocação de recursos, problemas de misturas, método Simplex; dualidade em programação linear: introdução à dualidade, montagem de problema dual, interpretação econômica das variáveis duais, método dual-simplex, análises de pós-otimização; problemas de transporte e Teoria das Filas: caracterização geral, problema clássico de transporte, formulação do problema, procedimentos de solução; simulação de Monte Carlo: introdução à simulação de Monte Carlo, utilização de planilhas na simulação de Monte Carlo; planejamento, programação e controle de projetos PERT-COM: planejamento do projeto, diagrama de setas, cálculo do caminho crítico, representação por diagrama de blocos, conceito de custos das atividades, custo marginal de aceleração, redução do custo total do projeto com aproveitamento das folgas, aceleração do projeto com acréscimo mínimo de recursos.			
V – METODOLOGIA			
. A metodologia se baseia em aulas expositivas em classe e/ou laboratório, exercícios, pesquisas, projetos, estudo de casos e seminário visando a fixação dos conceitos apresentados.			
VI – AVALIAÇÃO			
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser $\geq 5,0$ (cinco inteiros).			
VII – BIBLIOGRAFIA			
BÁSICA:			
ANDRADE, EDUARDO LEOPOLDINO. Introdução à pesquisa operacional: métodos e modelos para análise de decisões. 4ª. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2009.			
CAIXETA-FILHO, José Vicente. Pesquisa operacional: técnicas de otimização aplicadas a sistemas agroindustriais. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2004.			
LACHTERMACHER, GERSON. Pesquisa operacional na tomada de decisões. 4. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009. (BV.)			
COMPLEMENTAR:			
BARBOSA, Marcos Antonio. Iniciação a Pesquisa Operacional no Ambiente de Gestão. São Paulo: 2015. (Acesso Virtual)			
LOESCH, Claudio. Modelos de pesquisa operacional. Fundamentos e modelos. São Paulo: Saraiva. 2008.			
LONGARAY, André Andrade. Introdução à pesquisa operacional. São Paulo: Saraiva. 2013.			
TAHA, Hamdy A. Pesquisa operacional. 8. ed. São Paulo: Pearson, 2008. (Acesso Virtual)			
TÁLAMO, Roberto J. Engenharia de métodos: o estudo de tempos e movimentos. Curitiba: Intersaber. 2016. (Acesso Virtual)			



PLANO DE DISCIPLINA

CURSO: BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO			
DISCIPLINA: GERENCIAMENTO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS	CÓDIGO: ADM P- 10603	PERÍODO: 6º	
CARGA HORÁRIA: 80ha – 66,7h			
REVISÃO: 01/2026			
I - EMENTA			
Evolução da Cadeia de Suprimentos; Fluxo de Materiais e Informações; Previsão de demanda e seus impactos na cadeia de suprimentos, Planejamento da necessidade de matérias, Infraestrutura logística Redes de suprimentos. Logística e valor para o cliente. Tecnologia na Cadeia de Suprimentos			
II – COMPETÊNCIAS			
Apresentar o papel da administração logística e da cadeia de suprimentos nas organizações, suas atividades e desdobramentos; Determinar como estas atividades aumentam a competitividade das empresas e auxiliam na estratégia empresarial; Reconhecer a importância do gerenciamento da cadeia de suprimentos no contexto geral da Administração de Empresas; Capacitar os alunos ao entendimento e à visão crítica sobre Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos; Desenvolver habilidades específicas que qualifiquem os alunos ao exercício da profissão de administrador, especificamente, para gerenciar a Cadeia de Suprimentos, e definir suas estratégias logísticas; Capacitar os alunos no planejamento, operação e avaliação de sistemas de suprimentos na logística.			
III - HABILIDADES			
Compreender a cadeia de suprimentos: histórico da evolução dos sistemas logísticos, definições e conceitos; sistemas de informação em logística e cadeias de abastecimento; elaborar o planejamento da demanda logística; planejamento e controle da produção; projeto da rede logística; nível de serviço e custo total; indicadores logísticos; projeto da rede física da cadeia de abastecimento; estratégias de otimização em cadeias de abastecimento.			
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS			
I - Conceitos de logística; Gerenciamento da cadeia de suprimentos; fluxo de informação e fluxo de materiais na cadeia de suprimentos; princípios logísticos: sistema integrado, custos logístico total e trade offs; nível de serviço; sistema de puxar e empurrar no processo de manufatura e seus impactos na cadeia logística; análise do comportamento de demanda e utilização de métodos quantitativos e qualitativos para realizar a previsão de demanda em vários setores de negócio; demanda dependente e independente; logística reversa: conceitos e aplicações e fluxos envolvidos; planejamento e controle de produção (MRP): aplicação e fatores que interferem no planejamento de produção; sistemas de Informação logística; ferramentas de produtividade logística, comércio eletrônico; . Infraestrutura logística brasileira. Práticas atuais na gestão da cadeia de suprimentos. Tecnologia aplicada à gestão da cadeia de suprimento.			
V – METODOLOGIA			
Aulas expositivas em sala de aula e/ou laboratório (dialogada e cognitiva); estudo de texto e discussões; solução de problemas; utilização de simulador; vídeos; seminários			
VI – AVALIAÇÃO			
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco inteiros).			
VII – BIBLIOGRAFIA			
BÁSICA			
ALVARENGA, CARLOS, ANTONIO. Logística aplicada: suprimento e distribuição física. São Paulo: Edgar Blücher, 2000.			
CHOPRA, SUNIL., MEINDL, PETER. Gerenciamento da cadeia de suprimentos. Prentice Hall, São Paulo, SP., 2003.			
MARTINS, Petrônio Garcia; ALT; CAMPOS, Paulo Renato. Administração de materiais e recursos patrimoniais. 2. Ed. São Paulo: Saraiva, 2006			
COMPLEMENTAR:			
LEITE, Paulo Roberto. Logística reversa: meio ambiente e competitividade. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006			
CAMPOS, Luiz Fernando Rodrigues. Supply Chain. Uma visão gerencial. Curitiba: Intersaberes. 2012.			
REZENDE, Antonio Carlos; GASNIER, Loius; BANZATO, Eduardo; MOURA, Reinaldo A.. Atualidades na logística. São Paulo: IMAM, 2005. v.3			
TAYLOR, David A. Logística na cadeia de suprimentos: uma perspectiva gerencial. São Paulo: Pearson			



PLANO DE DISCIPLINA

Addison Wesley, 2005.



PLANO DE DISCIPLINA

CURSO: BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO			
DISCIPLINA: VIABILIDADE ECONOMICO FINANCEIRA DE NEGÓCIOS	CÓDIGO: ADM P - 10605	PERÍODO: 6ª	
CARGA HORÁRIA: 40ha – 33,3h			
REVISÃO: 01/2026			
I - EMENTA			
Realizar análise robustas de cenários diversos para tomada de decisão de investimentos, realizar projeções e efetuar os cálculos de TIR, VPL e Payback. Conhecer e dominar as estratégicas de utilização de capital próprio e de terceiros assim como utilizar os benefícios fiscais na análise.			
II – COMPETÊNCIAS			
Capacitar o aluno para projetar as diferentes peças orçamentárias do planejamento; distinguir as especificidades dos orçamentos de curto e longo prazo; calcular o custo de capital médio ponderado, considerada a estrutura de capital da empresa; avaliar o retorno de um investimento; relacionar investimentos X financiamentos.			
III - HABILIDADES			
Desenvolvimento dos cenários de operações; estudos de mercado, concorrência, público-alvo e preço de mercado; estudo dos gastos para desenvolvimento de um produto; elaboração do planejamento orçamentário; estudo das limitações de um projeto, TIR e fontes de financiamento; análise de casos reais de mercado.			
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS			
Planejamento orçamentário: projeção e estimativa do fluxo de caixa; projeção dos investimentos necessários ao projeto; estimativa da relação entre financiamento e capital próprio; projeção das receitas operacionais e financeiras; projeção dos custos operacionais, tributários e financeiros; conceito de vida útil de um projeto. Financiamentos: fontes de financiamento (BNDES, fundos privados, abertura de capital etc.); sistema Price (prestação constante); Sistema de Amortização Constante (SAC); Sistema de Amortização Mista (SAM); Custo Médio Ponderado do Capital (CMPC ou WACC); <i>Capital Asset Pricing Model</i> (CAPM) ou Modelo de Precificação de Ativos Financeiros). Análise de Investimentos: Taxa Interna de Retorno (TIR); Valor Presente Líquido (VPL); Tempo de Retorno (PayBack); Retorno sobre o Investimento (ROI). Estudos de caso: aquisição de novas frotas de transporte, novas plantas de produção, aquisições de novas máquinas e equipamentos etc.			
V – METODOLOGIA			
Aulas expositivas, planilhas de cálculo, listas de exercícios; consulta a sites de empresas, laboratório, ferramentas tecnológicas e softwares.			
VI – AVALIAÇÃO			
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco inteiros).			
VII – BIBLIOGRÁFIA			
BÁSICA			
ASSAF NETO, Alexandre. Finanças Corporativas e valor. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2010. FREZATTI, Fábio. Gestão da viabilidade econômico-financeira dos projetos de investimento. São Paulo: Atlas, 2008.			
LAPPONI, Juan Carlos. Projetos de investimento na empresa. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.			
COMPLEMENTAR:			
BONOMI, Cláudio Augusto. Project Finance no Brasil: fundamentos e estudos de casos. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2008.			
BRITO, Paulo. Análise e viabilidade de projetos de investimentos. São Paulo: Atlas, 2003.			
BRUNI, A. L.; FAMÁ, R. As decisões de investimentos com aplicações na HP12C e excel. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2007. v. 2			
MOREIRA, José Carlos. Orçamento empresarial: manual de elaboração. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2002.			



PLANO DE DISCIPLINA

CURSO:	BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO	
DISCIPLINA: PROJETO INTERDISCIPLINAR II	CÓDIGO: ADM C - 10605	PERÍODO: 6º
CARGA HORÁRIA: 40ha – 33,3h		
REVISÃO: 01/2026		
I - EMENTA		
Gestão estratégica da informação. Análise SWOT. Matriz BCG. Estratégia competitiva. Seleção de concorrentes e clientes. Estratégia de serviços. Estratégia de marcas. Recursos econômicos. Tecnologia da Informação e Comunicação. Considerações sobre o cenário global. Definição da estrutura organizacional. A Etapas Administrativas de Marketing. Produtividade e Elaboração de projetos.		
II – COMPETÊNCIAS		
Elaborar e supervisionar projetos inovadores e criativos visando à otimização de recursos de modo a atender as demandas de mercado e dos parceiros de negócios. Desenvolver um planejamento estratégico viando suportar as atividades principais e secundárias da empresa e para facilitar a tomada de decisão. Reestruturar os processos para adaptar as necessidades da empresa a fim de permitir aos parceiros melhor produtividade e qualidade de serviços. Desenvolver e ampliar a visão estratégica em relação ao ambiente organizacional e empresarial, possibilitando a elaboração e implementação de estratégias de negócio que resultem em vantagem competitiva para a empresa e desempenho superior de seu capital intelectual.		
III – HABILIDADES		
Desenvolver a capacidade de planejamento e gerenciamento de uma cadeia de suprimentos, utilizando sistemas integrados para gestão empresarial na implementação dessa cadeia visando a tomada de decisão; Controlar e monitorar a qualidade dos processos e produtos e serviços realizados entre os parceiros de negócios, bem como a gestão de relacionamento de clientes; Utilizar sistemas de informação e seus componentes, avaliando as necessidades de recursos de tecnologia de informação; Acompanhar e monitorar a implementação da estratégia da organização, identificando as possíveis mudanças.		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
O que é Projeto Interdisciplinar e sua importância. Gestão estratégica da informação. Análise do Ambiente. Análise SWOT. Matriz BCG. Estratégia competitiva. Seleção de concorrentes e clientes. Estratégia de serviços. Estratégia de marcas. Recursos Econômicos. Tecnologia da Informação e Comunicação. Considerações sobre o cenário global. Definição da Estrutura Organizacional. A Etapas Administrativas de Marketing. Definição do tipo de negócio da empresa. Diretriz organizacional. Produtividade e Elaboração de projetos criativos e inovadores. Inovação e conteúdo para startups		
V – METODOLOGIA		
Aulas expositivas sobre os principais conceitos; exercícios de aplicação dos conceitos estudados; estudos de caso, seminários com a proposta de trabalhos em grupos, simulação das atividades desenvolvidas; filmes sobre experiências vividas por diversas organizações e dinâmicas de grupo, além de leituras prévias de artigos indicados, referentes à área. Aprendizagem baseada em problemas e projetos		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco inteiros).		
VII – BIBLIOGRÁFIA		
BÁSICA: CHURCHILL, G. A.; PETER, J. P. Marketing: criando valor para o cliente. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2005. GITMAN, Lawrence J. Princípios de administração financeira. 7. ed. São Paulo: Harbra, 1997. KOTLER, P; KELLER, M. Administração de marketing. 12 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2006.		
COMPLEMENTAR: CALLENBACH, Ernest; et al. Gerenciamento ecológico: guia do Instituto Elmwood de auditoria ecológica e negócios sustentáveis. São Paulo: Cultrix, 1993. COBRA, M. Marketing básico. São Paulo: Atlas, 1997. CHIAVENATO, Idalberto. Administração nos novos tempos. 2. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.		



PLANO DE DISCIPLINA

CURSO: BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO		
DISCIPLINA: MODELOS DE ANÁLISE DE DECISÕES	CÓDIGO: ADM P - 10606	PERÍODO: 6º
CARGA HORÁRIA: 40ha – 33,3h		
REVISÃO: 01/2026		
I – EMENTA		
O Processo decisório. A Modelagem de problemas para tomada de decisão. A estruturação de dados para a tomada de decisão. Modelagem e métodos computacionais para tomada de decisão.		
II – COMPETÊNCIAS		
Proporcionar ao discente as ferramentas para análise e compreensão dos modelos de decisão nas organizações, bem como a compreensão de todos as variáveis que permeiam tais processos, de forma a estabelecer os parâmetros para a aplicação dos modelos de decisão adequados a cada contexto.		
III – HABILIDADES		
Estruturas e ambiente decisórios; tipos de decisão; fluxo decisório; sistemas de decisão; desenvolvimento organizacional e os processos decisórios; impactos da comunicação e das tecnologias nos processos decisórios; modelos de decisão.		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
As organizações e o ambiente; Os diversos ambientes de decisão (incertezas, riscos); níveis de decisão; fluxo decisório nas organizações; papel do administrador; amplitude administrativa; organização linear; organização funcional; etapas do processo decisório; modelos decisórios e suas aplicações; Análise multicritério – método AHP; racionalidade das decisões; escolhas estratégicas na tomada de decisão.		
V – METODOLOGIA		
Aulas expositivas, estudo de casos, seminários e exercícios de aplicação prática.		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco inteiros).		
VII – BIBLIOGRAFIA		
BÁSICA: CERTO, Samuel C. Administração estratégica: planejamento e implantação da estratégica. 2. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2005. BETHLEM, A. Estratégia Empresarial: conceitos, processo e administração estratégica. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2002. FERNANDES, Bruno Henrique Rocha; BERTON, Luiz Hamilton. Administração estratégica: da competência empreendedora à avaliação de desempenho. São Paulo: Saraiva, 2005. COMPLEMENTAR: CHIAVENATO, IDALBERTO. Administração nos novos tempos. 2. ed. Rio de Janeiro Elsevier, 2005. CRUZ. Eduardo Picanço. O processo decisório nas organizações. Curitiba: Intersaberes. 2014. PAGANOTTI, José Antonio. Processo decisório. São Paulo: Pearson Education. 2015. MINTZBERG, H. Criando organizações eficazes: estruturas em cinco configurações. São Paulo: Atlas, 2003. TAYLOR, FREDERICK W. Princípios de administração científica. São Paulo: Atlas, 2009.		



PLANO DE DISCIPLINA

CURSO: BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO		
DISCIPLINA: COMÉRCIO EXTERIOR	CÓDIGO: ADM P- 10607	PERÍODO: 6º
CARGA HORÁRIA: 40ha - 33,33 h		
REVISÃO: 01/2026		
I - EMENTA		
Evolução histórica do Comércio Internacional (Brasil x Mundo); Teoria e Prática do Comércio Exterior (Exportação e Importação); Noções de direito da navegação (aéreo-marítima); Território aduaneiro; Emissão de documentos; Siscomex; Registro do Importador/Exportador; Agentes de COMEX; INCOTERMS - International Commercial Terms; Qualidade e custos dos serviços logísticos internacionais; transportes; embalagens e modalidade de pagamentos.		
II – COMPETÊNCIAS		
Capacitar o aluno nas técnicas e rotinas dos processos de exportação e importação, e, na compreensão da legislação aduaneira brasileira. Conhecer o sistema Aduaneiro Brasileiro; Conhecer o processo de Exportação; Conhecer o processo de Importação.		
III – HABILIDADES		
Habilitar o aluno a avaliar o comércio externo (teoria, política e sistema) e a forma como o Brasil vem se inserindo na atual ordem econômica mundial. Fornecer compreensão a evolução do comércio internacional. Avaliar a dinâmica das operações de compra e venda. Conhecer o processo de internacionalização do capital.		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
Evolução do Comércio Internacional; Sistema Brasileiro de Comércio Exterior; Normas dos órgãos governamentais envolvidos no comércio exterior; Procedimentos administrativos, aduaneiros e o trâmite documental nas operações de exportação e importação; Utilização de softwares específicos para a Gestão de Comércio Exterior. SISCOMEX - Sistema Integrado de Comércio Exterior (Receita Federal); Operações de compra e venda.		
V – METODOLOGIA		
Aulas expositivas em sala de aula e/ou laboratório (dialogada e cognitiva); estudo de texto e discussões; solução de problemas; vídeos; seminários. Jogos e simulações.		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco inteiros).		
VII – BIBLIOGRAFIA		
BÁSICA		
KEEDI, Samir. ABC do comércio exterior: abrindo as primeiras páginas. 3. Ed. São Paulo: Aduaneiras, 2007		
MAIA, Jayme de. Economia internacional e comércio exterior. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2001. 469 p.		
SEGRE, German. Manual prático de comércio exterior. Ed.5 São Paulo: Atlas, 2018		
COMPLEMENTAR:		
CHING, Hong Yuh. Gestão de estoques na cadeia de logística integrada - supply chain. 2. ed. São Paulo: Atlas. 2001.		
DORNIER, Philippe-Pierre; et al. Logística e operações globais: 2. tiragem. São Paulo: Atlas, 2000.		
VAZQUEZ, Jose Lopes. Comércio exterior brasileiro. São Paulo: Atlas, sd.		



PLANO DE DISCIPLINA

CURSO: BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

DISCIPLINA: EMPREENDEDORISMO	CÓDIGO: ADM P- 10701	PERÍODO: 7º
------------------------------	----------------------	-------------

CARGA HORÁRIA: 80ha – 66,7h

REVISÃO: 01/2026

I - EMENTA

O modelo de negócios (CANVAS); As pesquisas de mercado; O plano de negócios; Tomada de decisão; Os indicadores de desempenho; Gerencia de MPEs; Inovação e as startups; As ferramentas de informática na realização do plano.

II - COMPETÊNCIAS

Capacitar o aluno na identificação e avaliação sobre ideias e oportunidades de negócios; Identificar a inovação e o empreendedorismo no campo da engenharia; avaliar e organizar informações, estruturando-as de forma a suprir o processo de planejamento do negócio; identificação dos recursos necessários para financiar/abrir um novo negócio; definição do plano operacional do negócio; identificação dos tipos de empreendedorismo e do empreendedorismo corporativo, bem como criação, análise e gerenciamento de micro, pequenas e médias empresas.

III - HABILIDADES

Investigar as oportunidades de negócio. Ser capaz de realizar a diferenciação de ideias e oportunidades. Entender o empreendedorismo corporativo, o processo empreendedor, sistemas de financiamento do negócio relacionados à fase de maturidade da empresa. Realizar o Plano de negócios e saber utilizar software para desenvolvimento de plano de negócios.

IV - CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

Desenvolvimento do processo de organização de dados e informações para definição do modelo de negócios; elaboração de pesquisas de mercado, visando posicionar um produto/serviço de um negócio; utilização de processos estruturados para composição de um plano de negócios; aplicação de técnicas de suporte à decisão para montar um próprio negócio; aplicação de técnicas de gestão tecnológica, humana e mercadológica; definição de processos analíticos e indicadores de desempenho a serem acompanhados; aplicação de técnicas para criar, analisar e gerenciar micro, pequenas e médias empresas; realização de um plano de negócios utilizando ferramentas de informática na realização do plano.

V - METODOLOGIA

Aulas teóricas com recursos audiovisuais; Leitura de artigos científicos e estudos de caso; Pesquisas na biblioteca; Realizar uma modelagem de negócio e o respectivo Plano de Negócios com auxílio de ferramentas (apps e softwares específicos). Utilização do software Makemoney na realização do plano de negócios.

VI - AVALIAÇÃO

Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco inteiros).

VII - BIBLIOGRAFIA

BÁSICA:

BESSANT, John; TIDD, Joe; COSTA, Francisco Araújo da. Inovação e empreendedorismo. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2019

MAXIMIANO, A. C. A. Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios. 2. ed. São Paulo: Pearson, 2013

ZAVADIL, Paulo Ricardo. Plano de negócios: uma ferramenta de gestão. Intersaber, 2018.

COMPLEMENTAR:

ARANTES, E. C.; HALICHI, Z. Empreendedorismo e responsabilidade social. 2. ed. Curitiba: Intersaber, 2014.

CHIAVENATO, I. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

DEGEN, R. J. O empreendedor: empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson, 2009

MORAIS, R. S. de. O profissional do futuro: uma visão empreendedora. São Paulo: Manole, 2013.

SCHENEIDER, E. I.; BRANCO, H. J. C. A caminhada empreendedora: a jornada de transformação de sonhos em realidade. Curitiba: Intersaber, 2012.



PLANO DE DISCIPLINA

CURSO:	BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO	
DISCIPLINA: AVALIAÇÃO DE EMPRESAS PARA M&A - VALUATION	CÓDIGO: ADM P- 10702	PERÍODO: 7º
CARGA HORÁRIA: 80ha – 66,7h		
REVISÃO: 01/2026		
I - EMENTA		
Analisar os conceitos e as teorias de Avaliação de Empresas, no sentido de que os participantes obtenham o necessário entendimento da literatura existente e reúnam condições de realizar pesquisas, desenvolver seus aspectos teóricos e aplicá-los em situações reais		
II – COMPETÊNCIAS		
Aprofundar os conhecimentos em avaliação de empresas, compreendendo a situação econômico-financeira das empresas de diversos setores e analisar criticamente as características de cada método.		
III - HABILIDADES		
Desenvolvimento de análises de valor de empresas que possuem ações aberta na Bolsa de Valores, utilizar o custo médio ponderado de capital para determinar o custo capital próprio e de terceiros para o método de fluxo de caixa descontado, realizar cálculo de avaliação contábil, por múltiplos e por valor de ação no mercado		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
Introdução à avaliação. Avaliação relativa ou por múltiplos. Avaliação pelo fluxo de caixa descontado. Casos especiais de avaliação de empresas – empresas cíclicas, capital fechado, bancos. Tópicos em valuation: valor dos intangíveis, da liquidez, do controle, da sinergia. Além dos conhecimentos teóricos, e análise de laudos de avaliação, são realizados exercícios a partir de base de dados financeiros nacionais e internacionais.		
V – METODOLOGIA		
Aulas expositivas, planilhas de cálculo, listas de exercitação; consulta a sites de empresas, laboratório, ferramentas tecnológicas.		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser $\geq 5,0$ (cinco inteiros).		
VII – BIBLIOGRAFIA		
BÁSICA: ASSAF NETO, Alexandre. Valuation: métricas de valor & avaliação de empresas. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2017. COSTA, Luiz Guilherme Tinoco Aboim; COSTA, Luiz Rodolfo Tinoco Aboim; ALVIM, Marcelo Arantes. Valuation: manual de avaliação e reestruturação econômica de empresas. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2011 DAMODARAN, A. Avaliação de empresas. 2. ed. São Paulo: Pearson, 2012		
COMPLEMENTAR: MARTELANC, R.; PASIN, R.; PEREIRA, F. Avaliação de empresas: um guia para fusões e aquisições e private equity. São Paulo: Pearson, 2010 MARTINS, E. Avaliação de empresas: da mensuração contábil à economia. São Paulo: Atlas, 2006. OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. Holding, administração corporativa e unidade estratégica de negócio uma abordagem prática. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2003 SANTOS, Cleônimo dos. Quanto vale sua empresa. 2ª ed. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 2019		



PLANO DE DISCIPLINA

CURSO:	BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO	
DISCIPLINA: RESPONSABILIDADE SOCIAL E AMBIENTAL	CÓDIGO: ADM C- 10703	PERÍODO: 7º
CARGA HORÁRIA: 40ha - 33,33 h		
REVISÃO: 01/2026		
I – EMENTA		
Meio ambiente e desenvolvimento sustentável: princípios e conceitos fundamentais. Problemas ambientais em escala global. Impacto ambiental e avaliação: implicações para a sociedade e organizações. Ética ambiental e gestão para a sustentabilidade. Conflitos e bases institucionais: negociação, legislação e direito ambiental. Tecnologias para o desenvolvimento sustentável: ciclo de vida dos produtos, produção limpa e eficiência energética. Tratamentos de resíduos.		
II – COMPETÊNCIAS		
Compreender os conceitos de meio ambiente, problemas ambientais e desenvolvimento sustentável. Desenvolver postura ética e atitude crítica frente aos processos produtivos, em busca da sustentabilidade. Compreender princípios de negociação, legislação e direito ambiental.		
III – HABILIDADES		
Fomentar o desenvolvimento e a aplicação de tecnologias para o desenvolvimento sustentável, com ênfase em ciclo de vida de produtos, produção limpa e eficiência energética.		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
Visão histórica e conceitos ambientais emergentes em sustentabilidade. Sustentabilidade e globalização. Mudanças climáticas e biodiversidade. Ética e Cidadania. Desenvolvimento Sustentável; Processos Produtivos e Sustentabilidade. Aspectos Legais da Sustentabilidade.. Indicadores de Sustentabilidade. Eficiência Energética. Resíduos. Projetos Sustentáveis.		
V – METODOLOGIA		
Aulas expositivas em sala de aula e/ou laboratório (dialogada e cognitiva); estudo de texto e discussões; solução de problemas; vídeos; seminários. Resolução de problemas de mercado.		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco inteiros).		
VII – BIBLIOGRAFIA		
BÁSICA		
BERTE, Rodrigo. Gestão socioambiental no Brasil. Curitiba: Intersaberes, 2013		
HINRICHES, R.A.; KLEINBACH, M. Energia e meio ambiente. São Paulo: Cengage, 2015		
PHILIPPI JR, Arlindo; PELICIONI, Maria Cecília Focesi. Educação ambiental e sustentabilidade. 2. Ed. São Paulo: Manole, 2014.		
COMPLEMENTAR:		
BRAGA, B. et al. Introdução à engenharia ambiental: o desafio do desenvolvimento sustentável. 3. ed. São Paulo: Pearson, 2021.		
CUNHA, Mario Sérgio Alencastro. Empresas, ambiente e sociedade: introdução à gestão socioambiental corporativa. Curitiba: Intersaberes, 2012		
PINSKY, Jaime. Práticas de cidadania. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2019		
SANCHEZ, L. H. Avaliação de impacto ambiental: conceitos e métodos. 3. ed. São Paulo: Oficina de textos, 2020.		



PLANO DE DISCIPLINA

CURSO:	BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO	
DISCIPLINA: LIDERANÇA E GESTÃO POR COMPETÊNCIAS	CÓDIGO: ADM P - 10704	PERÍODO: 6º
CARGA HORÁRIA: 40ha -33,33 h		
REVISÃO: 01/2026		
I - EMENTA		
Trazer ao aluno o conhecimento sobre as COMPETÊNCIAS que envolvem o mercado (desde a individual até a organizacional), associando com a gestão por competências, análise de perfil e liderança.		
II – COMPETÊNCIAS		
Proporcionar ao aluno a oportunidade de conhecer os modelos de gestão, a importância do planejamento, os valores e a gestão dos recursos humanos nas organizações; Conscientizar os alunos sobre a importância da Gestão com as Pessoas, como diferencial competitivo, para o sucesso das organizações em ambiente dinâmico e instável; Proporcionar ao aluno uma visão sistêmica da área de gestão de pessoas; Conhecer os processos, métodos e técnicas utilizadas na área de Gestão de Pessoas; Conceituar e desenvolver competências e habilidades específicas relacionadas aos objetivos estratégicos da organização.		
III - HABILIDADES		
Desenvolver o Modelo de gestão de pessoas. Metodologias e instrumentos de seleção por competências. Construção do perfil de competência. Avaliação de desempenho com base no modelo de Gestão por competências; Treinamento, desenvolvimento e educação. Modelos, planejamento e impacto na estratégia do negócio; Os elementos de gestão. Liderança de projeto, gerenciamento dos riscos. Evolução dos sistemas de Gerenciamento.		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
Modelos organizacionais; modelos de gestão; tipos de gestores; Interação entre pessoas e organizações. Relação e integração entre objetivos pessoais e organizacionais. Gestão estratégica dos recursos humanos em ambiente instável e competitivo. Gestão por competências; Seleção e desenvolvimento de pessoas com base em competência. As competências essenciais no ambiente organizacional; Teorias da Liderança; Modelos e estilos de liderança; Liderança, Poder e Influência nas Organizações; Liderança e Confiança; Grupos e equipes de trabalho nas organizações; Tipos de grupos e equipes; Estágios de desenvolvimento de grupos; Características dos grupos de trabalho eficazes; Equipes de alta performance; Intervenções com grupos de trabalho nas organizações; coaching e mentoring; Gestão estratégica de pessoas e avaliação de resultados.		
V – METODOLOGIA		
A metodologia de ensino consistirá em aulas expositivas e dialogadas, em sala de aula e/ou laboratório, pesquisa na biblioteca e fora do horário de aula, reforço da aprendizagem através de exercícios individuais e em grupo, desenvolvimento de projetos, simulação de situações empresariais, análise de artigos e textos publicados em revistas especializadas.		
Será incentivada e valorizada a contribuição dos alunos, de modo que possa existir o compartilhamento das experiências vivenciadas no ambiente organizacional.		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser $\geq 5,0$ (cinco inteiros).		
VII – BIBLIOGRAFIA		
BÁSICA: ASSEN, Marcel Van. Modelos de Gestão: os 60 modelos que todo gestor deve conhecer. 2. ed. São Paulo: Pearson, 2010. MONTANA. P. J.; CHARNOV, B. H. Administração. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2003. ROBBINS, Stephen P. ; DECENZO, David A.; WOLTER, Robert. Fundamentos de gestão. São Paulo: Saraiva, 2013.		
COMPLEMENTAR: ALBUQUERQUE, Jamil. A arte de lidar com pessoas: a inteligência interpessoal aplicada. São Paulo: Planeta, 2007. DRUCKER, Peter F.. O gerente eficaz em ação: uma agenda para fazer as coisas certas acontecerem. Rio		



PLANO DE DISCIPLINA

de Janeiro: LTC, 2007. 200

ERVILHA, A. J. L. Habilidades de negociação: as técnicas e a arte de seduzir nas vendas. 2. ed. São Paulo: Nobel, 2000.

ORLICKAS, Elizenda. Modelos de gestão: das teorias da administração à gestão estratégica. Curitiba: Intersaberes. 2012.



PLANO DE DISCIPLINA

CURSO:	BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO	
DISCIPLINA: GESTÃO DA QUALIDADE E PRODUTIVIDADE	CÓDIGO: ADM P - 10705	PERÍODO: 7º
CARGA HORÁRIA: 80ha - 66,67h		
REVISÃO: 01/2026		
I - EMENTA		
Evolução do conceito Qualidade Total; TQC – Controle de Qualidade Total ; Lean manufacturing; Custos da Qualidade; Programa 5S; Kaizen – Melhoramento contínuo; PDCA/SDCA; Ferramentas da Qualidade; aplicação do Controle Estatístico de Processos (CEP); técnicas associadas à qualidade (FMEA, MASP); Sistemas de Gestão da Qualidade (ISO)		
II – COMPETÊNCIAS		
Desenvolver senso crítico em gestão de qualidade total; articular e implantar processos de mudança organizacional para a qualidade e produtividade visando atingir resultados concretos, com foco nas necessidades do mercado e criando a possibilidade de sustentabilidade dentro do contexto; compreender a importância dos modelos de certificação e de excelência.		
III – HABILIDADES		
Utilizar ferramentas básicas da qualidade (fluxograma, brainstorming, diagrama de Ishikawa, 5W2H, lista de verificação, gráfica); Implantar Programa 5S; Levantar e analisar indicadores de qualidade de processos; aplicar “benchmarking” à qualidade; aplicar o ciclo do PDCA para o melhoramento contínuo em qualquer instância da empresa e SDCA para padronização dos processos; Estimular e instituir grupos de melhoria CCQ (Círculos de Controle de Qualidade); Auxiliar na implantação e gestão dos sistemas da qualidade; Utilizar a ferramenta FMEA para avaliar o potencial de riscos em processos e projetos; conduzir a análise de anomalias aplicando técnicas gerenciais; gerenciar a rotina do dia a dia com foco na qualidade e produtividade; elaborar e analisar relatórios de qualidade.		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
Conceitos e Evolução da Qualidade Total; Produtividade; Competitividade; Sobrevivência; Princípios da Qualidade Total; Lean manufacturing e Just in time, Custos da qualidade; Programa 5S; TQC – Controle de Qualidade Total; Kaizen (Melhoramento contínuo); Benchmarking, Ciclo do PDCA/SDCA; Ferramentas da Qualidade (brainstorming, fluxogramas, diagrama de Ishikawa, 5W2H, gráficos, diagrama de Pareto); Controle Estatístico de Processo – CEP (controle por atributos e variáveis; amostragem; histograma; cartas de controle e capacidade); MASP (Método de Análise e solução de problemas); FMEA (Failure Mode and Effects Analysis); Melhoria e Manutenção de Padrões e Elaboração de normas; Gerenciamento da Rotina do Dia a Dia; Normas ISO 9000; Normas ISO 14000.		
V – METODOLOGIA		
Aulas expositivas, dinâmicas de grupo, estudos de caso, aplicação de software, filmes e palestras sobre ferramentas e técnicas associadas à qualidade, com foco nas necessidades do mercado e na implantação de processos de mudança organizacional.		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco inteiros).		



PLANO DE DISCIPLINA

VII – BIBLIOGRAFIA

BÁSICA:

AGUIAR, S. Integração das Ferramentas da Qualidade ao PDCA e ao programa Seis Sigma. Nova Lima: INDG Tecnologia e Serviços Ltda, 2006
PALADINI, E. P. Gestão da Qualidade: teoria e prática 2^a Ed. 8 reimpr. São Paulo: Atlas, 2022.
CAMPOS, V. F. Gerenciamento da rotina do trabalho dia-a-dia. 8 ed. Belo Horizonte: DG, 2004.

COMPLEMENTAR:

ALBERTIN, M. R.; PONTES, H. L. J. Gestão de processos e técnicas de produção enxuta. Curitiba: Intersaber, 2016
ANDREOLI, T. P.; BASTOS, L. T. Gestão da qualidade: melhoria contínua e busca pela excelência. São Paulo: Intersaber, 2017.
BARROS, Elsimar., Fernanda Bonafini., Ferramentas da qualidade. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2014. (Série Bibliografia Universitária Pearson) (ACESSO VIRTUAL)
LELIS, E. C. Gestão da qualidade. 2. ed. São Paulo: Pearson, 2018.
ROTONDARO, Roberto G. (coord). Seis sigma: estratégia gerencial para a melhoria de processos, produtos e serviços. 1^a ed. São Paulo: Atlas, 2002
OLIVEIRA, Otávio J. (org.). Gestão da Qualidade: tópicos avançados. São Paulo: Thomson. 2004.
SELEME, Robson., Humberto Stadler., Controle de qualidade: as ferramentas essenciais. Curitiba: Intersaber, 2012. (Serie Administração da Produção) (ACESSO VIRTUAL)
SHIGUNOV NETO, Alexandre., Letícia Mirella Fischer Campos., Introdução à gestão da qualidade e produtividade: conceitos , história e ferramentas. Intersaber, 2016. (ACESSO VIRTUAL)



PLANO DE DISCIPLINA

CURSO: BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO			
DISCIPLINA: GESTÃO DO CONHECIMENTO	CÓDIGO: ADM P- 10706	PERÍODO: 7º	
CARGA HORÁRIA: 40ha – 33,3h			
REVISÃO: 01/2026			
I - EMENTA			
Tratar de assuntos relacionados à absorção do conhecimento externo das organizações e de como esses podem ser difundidos na cultura organizacional, levando-se em conta abordagens de aprendizagem individual e organizacional.			
II - COMPETÊNCIAS			
Capacitar o aluno na análise e abordagens relacionadas à gestão do conhecimento nas organizações; estruturar as dimensões do conhecimento individual e do conhecimento organizacional; compreender e tratar os diferentes aspectos teóricos e conceituais da gestão do conhecimento; a criação e a transferência do conhecimento nas organizações; sistematizar e estabelecer associações entre aprendizagem organizacional e conhecimento organizacional; poder realizar o levantamento de dados públicos e publicáveis; utilizar a inteligência competitiva na obtenção de resultados.			
III – HABILIDADES			
Conhecer o novo contexto da sociedade do conhecimento, a dinâmica e as características; relacionar o comportamento da economia com a sociedade do conhecimento; estabelecer modelos e abordagens a respeito da gestão do conhecimento; a estruturação das empresas para a era do conhecimento; a criação, a retenção e a transmissão do conhecimento nas organizações; realizar pesquisas sobre dados públicos e estabelecer a inteligência competitiva das organizações. A utilização de sistemas para a gestão do conhecimento.			
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS			
Contextualização histórica da evolução do conhecimento; a importância da inovação para a formação de riqueza; relação entre inovação e conhecimento; competitividade; aprendizagem individual; aprendizagem organizacional; capacidade absorptiva; tipos de inovação; classificação da inovação; redes de inovação.			
V – METODOLOGIA			
Aulas expositivas, estudos de caso, vídeo aulas, jogos empresariais, leitura dirigida e debates, Aprendizagem baseada em problemas e projetos.			
VI – AVALIAÇÃO			
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser $\geq 5,0$ (cinco inteiros).			
VII – BIBLIOGRAFIA			
BÁSICA: DAVENPORT, Thomas H.. Conhecimento empresarial: como as organizações gerenciam o seu capital intelectual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. MELO, Luiz Eduardo Vasconcelos de. Gestão do conhecimento: conceitos e aplicações. São Paulo: <u>Érica</u> , 2000. RAMAL, Andrea [org.] Educação Corporativa: fundamentos e Gestão. Rio de Janeiro: LTC, 2012			
COMPLEMENTAR: BALESTRIN, Alsones; VERSCHOORE, Jorge. Redes de cooperação empresarial: estratégias de gestão na nova economia. Porto Alegre: Bookman, 2008. CARVALHO, Fábio C. Gestão do Conhecimento. São Paulo: Pearson, 2012 (Acesso Virtual) FLEURY, MARIA TEREZA LEME; OLIVEIRA JR., MOACIR DE MIRANDA. Gestão estratégica do conhecimento: integrando aprendizagem e competências. São Paulo. Atlas, 2001.			



PLANO DE DISCIPLINA

CURSO: BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO		
DISCIPLINA: PROJETO FINAL DE CURSO I	CÓDIGO: ADM C - 10707	PERÍODO: 7º
CARGA HORÁRIA: 80ha = 66,67h		
REVISÃO: 01/2026		
I - EMENTA		
Leitura e interpretação de artigos científicos; tipos de trabalhos científicos: resumos, artigos, monografias (dissertações e teses); projeto de pesquisa, estrutura de relatório técnico; técnicas de documentação: resumo e resenha; redação, formatação e normatização de trabalhos acadêmicos.		
II – COMPETÊNCIAS		
Desenvolver conhecimentos inerentes ao trabalho científico, apresentar a aplicabilidade do projeto ao desenvolvimento do TCC, principalmente no que diz respeito ao desenvolvimento do projeto de pesquisa e artigo científico; Desenvolver a capacidade de aplicação dos conceitos e teorias adquiridas durante o curso de forma integrada, por meio da execução do projeto de pesquisa; Despertar o interesse pela pesquisa como meio para a resolução de problemas; Estimular a construção do conhecimento coletivo; Estimular a interdisciplinaridade; Estimular a inovação tecnológica; Estimular o espírito crítico e reflexivo.		
III - HABILIDADES		
Habilitar o aluno a pesquisar, ler e interpretar adequadamente documentos e artigos científicos, bem como desenvolver a prática da elaboração do projeto de pesquisa e relatórios, tendo em vista a elaboração e o desenvolvimento do TCC. Apresentar a estrutura de relatórios técnicos e exercitar a redação acadêmica e empresarial.		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
Tipos de trabalhos aceitos no TCC; premissas do trabalho de conclusão de curso do curso de Administração da FESA; Estrutura de um projeto de pesquisa; Artigos e periódicos científicos: circulação do conhecimento científico. Padrões de avaliação de trabalhos científicos e a classificação Qualis. Bases de dados; Estrutura de artigos científicos. Tipos de relatórios técnicos. Elementos de redação científica; Normatização de trabalhos acadêmicos: as regras da ABNT.		
V – METODOLOGIA		
Aulas expositivas em sala de aula e/ou biblioteca, leituras prévias, exercícios de redação científica e reuniões de orientação, ensino híbrido.		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco inteiros).		
VII – BIBLIOGRAFIA		
BÁSICA: CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino; SILVA, Roberto da. Metodologia científica 6. ed. São Paulo: Pearson, 2011. FERRAREZI JUNIOR, Celso. Guia do trabalho científico: do projeto à redação final: monografia, dissertação e tese. São Paulo: Contexto, 2015. FIORIN, J. L. Argumentação. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2022. MEDEIROS, J. B. Redação científica: a prática de fichamentos, resumos, resenhas. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2017.		
COMPLEMENTAR:		
ARMANI, D. Como elaborar projetos? guia prático para elaboração e gestão de projetos sociais. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2004.		
DIEHL, A. A.; TATIM, D. C. Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas. São Paulo: Pearson, 2006.		
DEGEN, R. J. O empreendedor: empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson, 2009		
GUIMARÃES, T. de C. Comunicação e linguagem. 2. ed. São Paulo: Pearson, 2019.		

PLANO DE DISCIPLINA

CURSO: BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO		
DISCIPLINA: JOGOS EMPRESARIAIS	CÓDIGO:ADM P- 10801	PERÍODO: 8º
CARGA HORÁRIA: 40ha – 33,33h		
REVISÃO: 01/2026		
I - EMENTA		
Pensamento sistêmico e práticas de simulação envolvendo estratégias e tomada decisão de problemas complexos.		
II – COMPETÊNCIAS		
Ser agente ativo do processo decisório; valorizar o processo ensino/aprendizagem; simular vários períodos da gestão de uma empresa em curto espaço de tempo; analisar, acompanhar e ajustar decisões; projetar e acompanhar resultados em períodos sucessivos; ter visão estratégica de longo prazo que deve anteceder todo processo decisório buscando a eficácia; utilizar e inter-relacionar as diversas matérias e competências desenvolvidas ao longo do curso.		
III - HABILIDADES		
Avaliar o papel das diretorias de uma empresa. Impactos das decisões integradas para a empresa e negócios. Adoção de estratégia com base nos ambientes interno e externo. Aplicação da administração estratégica. Tomadas de decisão e análise de seus impactos nos resultados.		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
Apresentação do ambiente diretivo de uma organização; aplicação dos tipos de decisão e suas integrações. Relevância da estratégia na tomada de decisão; relacionamento das informações do negócio no processo de tomada de decisão. Apresentação do simulador empresarial e seu funcionamento; operações sequenciais de análise e tomada de decisão; jogos empresariais.		
V – METODOLOGIA		
Aulas expositivas e aplicação do simulador empresarial para os alunos, sob a supervisão do professor, permitindo assim, aplicar os conceitos absorvidos nas outras disciplinas do curso. Nessa metodologia os alunos constituem empresas virtuais que se relacionam num mercado simulado, refletindo as características e obrigações do mercado real. Durante um semestre virtual, que corresponde a um ano real, os alunos são empresários, gestores, diretores financeiros, comerciais, de marketing, de produção e de recursos humanos. Nesse mercado simulado há interação com fornecedores, bancos, clientes, empregados, acionistas, concorrentes, poder público e sindicatos.		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco).		
VII – BIBLIOGRAFIA		
BÁSICA: BARNEY, Jay B.; HESTERLY, William S. Administração estratégica e vantagem competitiva: conceitos e casos. São Paulo: Pearson Education, 2017. CERTO, Samuel C.; PETER, J. Paul; MARCONDES, Reynaldo C.; CESAR, Ana M. R. Administração Estratégica: planejamento e implantação da estratégia. São Paulo: Pearson, 2013. ROCHA, Águida Garret Ferraz. Planejamento e gestão estratégica. São Paulo: Pearson, 2012.		
COMPLEMENTAR: DINIZ, André Luiz Moreno. Estratégias de gestão e organização empresarial. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2014. (Acesso Virtual) BIERMAN, H. Scott; FERNANDEZ, Luis. Teoria dos jogos. 2 ed. São Paulo: Pearson, 2011. GRAMIGNA, Maria R. M. Jogos de Empresa - 2. ed. São Paulo: Pearson, 2012 OLIVEIRA, D. P. R. Holding. Administração corporativa e unidade estratégica de negócio. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2003.		

PLANO DE DISCIPLINA

CURSO: BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO		
DISCIPLINA: GESTÃO DO RELACIONAMENTO PÚBLICO E PRIVADO	CÓDIGO: ADM P – 10802	PERÍODO: 8ª
CARGA HORÁRIA: 80ha – 66,7h		
REVISÃO: 01/2026		
I - EMENTA		
Estudo da relação existente entre o primeiro, o segundo e o terceiro setor, os impactos causados pelas empresas na sociedade e no individuo baseado em cases. Abordagem das questões macroeconômicas e análise do contexto na tomada de decisão gerencial.		
II – COMPETÊNCIAS		
Capacitar o aluno para: compreender a importância da ética aplicada no processo de decisão nas empresas privadas e públicas; identificar os sistemas de relacionamento entre as instituições; conhecer o sistema de contabilidade governamental, do terceiro setor e ambiental assim como a correlação entre eles; avaliar os processos de compras e licitações governamentais, analisar os relatórios empresariais sócio-ambientais e propor soluções para problemas nas instituições.		
III - HABILIDADES		
Habilitar o aluno para avaliar o potencial do relacionamento entre a empresa e poder público; conhecer as responsabilidades empresariais nas parcerias públicas; avaliar as oportunidades de recuperação fiscal, isenção e incentivos; conhecer os processos de desestatização. Desenvolver projetos com o terceiro setor.		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
Conceitos básicos de Direito Administrativo. Tipos de empresas públicas; Diferenças entre gestão pública e gestão privada; Terceiro setor; Cooperação entre os setores público e privado; a crise do Estado e os investimentos sociais – políticas públicas, enfoques: econômico, jurídico e institucional; experiências comparadas; conceitos e princípios das parcerias público-privadas; contratos em áreas de importância econômica; princípio da subsidiariedade; partilha de competências entre Estado e sociedade; desestatizações; concessões, permissões e autorizações; a gestão estratégica nas organizações públicas; os indicadores de desempenho. Participação do Estado na economia, estado empreendedor. Estruturas de mercado. Governo e internet. Gestão e orçamento público.		
V – METODOLOGIA		
Aulas expositivas em sala de aula; pesquisa em sites governamentais; pesquisa ao acervo da faculdade. Aprendizagem baseada em problemas. Reflexões de séries de TV e filmes. Discussão e estudo de casos. Competição de casos. Juri simulado. Sessão em plenária.		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco inteiros).		
VII – BIBLIOGRAFIA		
BÁSICA: ALMEIDA, RAFAEL; FALCÃO, JOAQUIM; GUERRA, SÉRGIO. Novas parcerias entre setores público e privado. São Paulo: Editora FGV, 2012 TINOCO, João Eduardo Prudêncio. Balanço social: uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações. São Paulo: Atlas, 2008. TACHIZAWA, Takeshy. Organizações não governamentais e terceiro setor: criação de ONGs e estratégias de atuação. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2007		
COMPLEMENTAR: ASSUMPÇÃO, Márcio José. Contabilidade aplicada ao setor público. Curitiba: Intersaberes, 2012. BERGUE, Sandro Trescastro. Modelos de gestão em organizações públicas. Teorias e Tecnologias para análise e transformação organizacional. Caxias do Sul: Educs. 2011 (Acesso Virtual) BERNARDI, Jorge Luis; BRUDEKI, Nelson Martins. Gestão de Serviços Públicos Municipais. Curitiba: Intersaberes, 2013. Acesso virtual.		

PLANO DE DISCIPLINA

CURSO: BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO		
DISCIPLINA: PRÁTICAS DE GESTÃO CONTEMPORÂNEA E INTERNACIONALIZAÇÃO DE NEGÓCIOS	CÓDIGO: ADM P- 10803	PERÍODO: 8º
CARGA HORÁRIA: 80ha – 66,67h		
REVISÃO: 01/2026		
I - EMENTA		
Vivência de práticas de mercado contemporâneas, que envolvem todas as áreas da Administração: novos modelos de negócios, compliance, estratégicas mundiais em negócios de empresas. Inter-relacionar planos nacionais e globais das empresas. Geopolítica. Organismos internacionais. Processo de internacionalização de empresas. Estratégias de internacionalização.		
II – COMPETÊNCIAS		
Possibilitar ao aluno visualizar as perspectivas atuais e futuras da administração e as características de competência do Administrador em função das novas práticas administrativas, em um ambiente normalmente instável, dominado por novas tecnologias e de muita competitividade. Capacitar o aluno nos conceitos e dinâmicas na internacionalização de negócios; apresentar drivers para gestão de negócios internacionais; conhecimento dos fundamentos estratégicos e de liderança de corporações globais. Dotar o corpo discente de conhecimento para gestão de negócios para internacionalização.		
III - HABILIDADES		
Aplicar as teorias aprendidas ao longo do percurso formativo para aplicação prática. Desenvolvimento das competências necessárias à identificação de oportunidades e criação de novos nichos de negócio, análise das principais variáveis em um ambiente de muita instabilidade, identificação das novas tendências nas áreas de gestão de pessoas e de negócio. Definição dos planos que as organizações necessitam para o alcance de seus objetivos. Identificar e aplicar ações empresariais na internacionalização e empresas. Aplicar estratégias e drivers para internacionalização de negócios nacionais. Entender e participar de discussões estratégicas mundiais em negócios de empresas. Inter-relacionar planos nacionais globais das empresas. Gerar dados e informações na globais para expansão de negócios internacionais. Gerar habilidade na integração de negócios nacionais e internacionais.		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
Tendências atuais da área da administração. Identificação das variáveis tecnológicas atuais e futuras. Inovação constante para obtenção de vantagem competitiva. Economia criativa; Economia colaborativa e compartilhada; Negócios disruptivos; Sustentabilidade; Transformação digital. Conceitos e estratégias de internacionalização de negócios: teorias, métodos e ferramentas. Visão sistêmica da globalização econômica de mercados. Drivers estratégicos e mecanismos para internacionalização de firmas. Gestão e liderança de operações internacionais; Corporações multinacionais e nacionais. Marketing internacional. Aspectos econômicos e comportamentais na internacionalização. Perfis e culturas de mercados internacionais. Perfil dos gestores globais.		
V – METODOLOGIA		
Discussão; leitura prévia; análise de casos de mercado; desenvolvimento de soluções para problemáticas empresariais de mercado; sala de aula invertida; atividade interdisciplinar.		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser $\geq 5,0$ (cinco inteiros).		
VII – BIBLIOGRAFIA		
BÁSICA: CAVUSGIL, S. T.; KNIGHT, Gary; RESENBERGER, John R. Negócios Internacionais: Estratégia, Gestão e Novas Realidades. São Paulo: Pearson, 2009. PEARCE II, John; KLUYVER, Cornélis de. Estratégia: uma visão executiva. São Paulo: Pearson, 2007 (Acesso Virtual e Biblioteca). XIMENES, Polyana. Inovação e internacionalização de empresas: a dinâmica da relação em empresas brasileiras. São Paulo: Dialética, 2021.		
COMPLEMENTAR: MINTZBERG, Henry. Safári de Estratégia. 2. Ed. São Paulo: Bookman, 2010. PORTER, Michael E. Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior. São Paulo: Elsevier, 1989.		

PLANO DE DISCIPLINA

VASCONCELLOS, Marcos A. S.; LIMA, Miguel F. SILBER, Simão D. et al. Manual de comércio exterior e negócios internacionais. São Paulo: Saraiva, 2017

PLANO DE DISCIPLINA

CURSO: BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO		
DISCIPLINA: TÓPICOS AVANÇADOS DE GESTÃO DE PROJETOS	CÓDIGO: ADM P- 10804	PERÍODO: 8º
REVISÃO: 01/2026		
I - EMENTA		
Identificação de inconsistências no planejamento de projetos; utilização de metodologias tradicionais e metodologias ágeis em projetos; o conceito e a realização de um MVPA; utilização de uma ferramenta de apoio à gestão de projetos. Utilização do MS Project e apps correlatos.		
II – COMPETÊNCIAS		
Capacitar o aluno na aplicação de procedimentos metodológicos de planejamento e controle de projetos; definição de objetivos e meios para elaboração e avaliação de propostas de projetos com estudo da viabilidade financeira; utilização de instrumentos de acompanhamento e desenvolvimento formal de relatórios; utilização de processos de gerenciamento de equipes, de riscos, de qualidade, de custos e de tempo em projetos.		
III - HABILIDADES		
Proporcionar o desenvolvimento do processo de planejamento e gestão de projetos visando a sua implementação; avaliação e organização do planejamento de um projeto com as modernas metodologias de gestão de projetos; definição de objetivos para o planejamento dos projetos, identificando os diversos envolvidos na gestão de projetos; avaliação e organização da informações, estruturando-as de forma a suprir o processo de planejamento de um projeto; identificação dos tipos e modelos de planejamento, buscando atualização e inovação; definição dos principais planos envolvidos na gestão moderna de projetos; aplicação dos procedimentos de utilização de uma ferramenta de apoio a gestão de projetos (MS-Project).		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
Análise de casos empresariais envolvendo a análise, implementação e controle nos Projetos Empresariais o ciclo de vida em projetos; A gestão de projetos e de processos; O planejamento detalhado de projetos; As ferramentas específicas na gestão de projetos; As áreas de influência na moderna gestão de projetos; As instituições de referência na gestão de projetos (Project Management Institute - PMI); a gestão de tempo e a utilização de ferramentas de apoio como o MS Project; A execução e o controle; A gestão de custos e o controle em projetos; A gestão de RH e as equipes em projetos; O projetos e a gestão da qualidade e das comunicações; O encerramento em projetos. As metodologias ágeis em gestão de projetos (o SCRUM).		
V – METODOLOGIA		
Aulas expositivas, exercícios de aplicação dos conceitos estudados; estudos de caso; leitura e discussão de artigos; realização de dinâmicas para exemplificar situações reais, filmes e documentários; desenvolvimento de projeto contemplando a utilização da ferramenta MS Project. Dinâmicas na realização de um projeto com SCRUM.		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco inteiros).		
VII – BIBLIOGRAFIA		
BÁSICA: COSTA, A. B. da; PEREIRA, F. da S. Fundamentos de gestão de projetos: da teoria prática: como gerenciar projetos de sucesso. Curitiba: Intersabres, 2019. GIDO, J.; CLEMENTS, J. P. (2007). Gestão de Projetos. Tradução da 3ª. Edição norte-americana. São Paulo: Thomson Learning, 2007. MAXIMIANO, A. C. A. Administração de projetos – como transformar ideias em resultados. São Paulo, Atlas, 2009. COMPLEMENTAR: FOGGETTI, C. Gestão ágil de projetos. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2014. - (Coleção Bibliografia Universitária Pearson). GRAY, C. F.; LARSON, E. W.; CATTUNDA, D. GERENCIAMENTO DE PROJETOS - o processo gerencial. Traduzido por FERNANDES, F. São Paulo: MCGRAW HILL – ARTMED, 2009. VALERIANO, D. Moderno Gerenciamento de Projetos. São Paulo: Pearson. 2005. VIVACQUA, F. R. MACEDO O. S. XAVIER, L. F. S.; XAVIER, C. M. S. Metodologia de Gerenciamento de Projetos: Methodware. Rio de Janeiro: Brasport, 2009.		

PLANO DE DISCIPLINA

CURSO: BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO		
DISCIPLINA: GESTÃO DA INOVAÇÃO	CÓDIGO: ADM P - 10805	PERÍODO: 8º
CARGA HORÁRIA: 80ha – 66,7h		
REVISÃO: 01/2026		
I - EMENTA		
Fatores fundamentais na gestão da inovação; Inovação e vantagem competitiva; Prospecção de oportunidades: aprendendo com os mercados e por meio de alianças; Seleção de oportunidades de inovação: gerenciamento de projetos e funil de inovação; Modelo de estratégia de inovação; Integração para o aprendizado estratégico; Vínculos externos para inovação; Mapeamento de competências para parcerias e outsourcing de P&D; Aprendizagem por meio de empreendimentos corporativos; Construção da organização inovadora; Avaliação do desempenho da gestão da inovação e melhoria contínua		
II – COMPETÊNCIAS		
Desafiam o senso comum e as ortodoxias dos setores e observar boas práticas de mercado através do comportamento dos consumidores, fornecedores, competidores e outros agentes. Estabelecer novas formas de ações que permitam executar ações profissionais por meio do trabalho em rede com pessoas de diferentes gerações, formações, áreas de atuação que viabilizem novas ideias e perspectivas de forma interdisciplinar para compor novos conceitos.		
III - HABILIDADES		
Experimentar novas formas de execução do trabalho, cultivando networking como facilitador de negócios e desenvolvimento profissional. Estabelecer pensamento associativo para assumir riscos e transformar a gestão de forma significativa e eficiente.		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
Conceitos básicos sobre Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação - PD&I; Tipos de Inovação; Ambientes de Inovação e Lei de Inovação. Introdução à gestão da inovação; Fatores condicionantes e seus impactos na competitividade: Fontes de inovação na empresa e formas de acesso à inovação. Fontes de conhecimentos estratégicos para a inovação; Desenvolvimento tecnológico próprio; Aquisição de tecnologia externa: Transferência de tecnologia; tecnologia Incorporada em bens de capital e insumos críticos; Tríplice Hélice e Inovação Aberta. Estrutura organizacional de empresas inovadoras: Aspectos da organização para inovar: Os facilitadores e as barreiras para a inovação na empresa; características de um modelo organizacional inovador; Capacidade para interpretar cenários tecnológicos e de mercado. Aspectos legais da inovação e apropriação de seus resultados: Propriedade intelectual, direitos autorais, marcas e patentes; lei de patentes; transferência de tecnologia. Gestão da Inovação Tecnológica: Ações estruturantes; Prospecção e seleção de oportunidades; Estratégias competitivas de inovação.		
V – METODOLOGIA		
O desenvolvimento das aulas será conduzido de modo prático, de forma que a teoria seja completada, com a participação ativa dos alunos, nos diversos tipos de trabalhos (discussão dirigida de casos, análise de simulações, dramatização, pesquisa individual, pesquisa em grupo com apresentação escrita e oral, resolução de: problemas, questões, exercícios e testes de verificação de aprendizagem em sala, Aprendizagem baseada em problemas e projetos), também se baseará em exposições, críticas sobre os conceitos, em discussões sobre leituras de textos atuais da imprensa especializada incluindo debates, seminários e em trabalhos práticos. Exposição oral; discussão em grupo; estudos de caso e dinâmica de grupo.		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco inteiros).		
VII – BIBLIOGRAFIA		
BÁSICA:		

PLANO DE DISCIPLINA

BESSANT, John; TIDD, Joe; Francisco Araújo da COSTA (Tradutor).Inovação e empreendedorismo. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2019

RODRIGUEZ, Martius Vicente Rodriguez y. Gestão do conhecimento e inovação nas empresas. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2013

DRUCKER, P.F.; MALFERRARI, C.J. Inovação e espírito empreendedor: (entrepreneurship) prática e princípios. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

POSSOLI, G. E.; Gestão da inovação e do conhecimento. Curitiba: Intersaber, 2016.

COMPLEMENTAR:

CARSTENS, D.; FONSECA, E. Gestão da tecnologia e inovação. Curitiba: Intersaber, 2019.

CHESBROUGH, H.; VANHAVERBEK, W.; West, J. Novas fronteiras em inovação aberta. São Paulo: Blucher, 2014.

TIGRE, Paulo Bastos; PINHEIRO, Alessandro Maia. Inovação em serviços na economia do compartilhamento. São Paulo: Saraiva, 2019.

PLANO DE DISCIPLINA

CURSO: BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO		
DISCIPLINA: PROJETO FINAL DE CURSO II	CÓDIGO: ADM C- 10806	PERÍODO: 8º
CARGA HORÁRIA: 80ha – 66,7h		
REVISÃO: 01/2026		
I - EMENTA		
Desenvolvimento do projeto de pesquisa; Aplicação prática da teoria estudada; Elaboração do relatório técnico, Elaboração do artigo científico, com base no manual da instituição e nas normas ABNT; Comunicação Científica: participação em bancas e eventos científicos e/ou empresariais.		
II – COMPETÊNCIAS		
Preparar o aluno para o desenvolvimento do projeto de pesquisa, a escrita de trabalhos acadêmicos, em especial o artigo científico e o relatório técnico. Enfatizar a importância da padronização dos trabalhos científicos para divulgação e circulação do conhecimento na comunidade acadêmica, bem como a importância da aplicação prática do projeto com vistas a geração de valor para a sociedade em geral.		
III - HABILIDADES		
Habilitar o aluno para a comunicação científica: forma de divulgação da ciência; artigos e periódicos científicos: circulação do conhecimento científico; redação científica: elaboração de referências e citações; características do texto científico; redação de artigos científicos: estrutura e padrões; redação de relatório técnico: estrutura e padrões; técnicas de apresentação.		
IV – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
Orientações de trabalhos de TCC; redação científica; estrutura do texto argumentativo; características do texto acadêmico: citações e referências; características de um Relatório Técnico; a comunicação científica; apresentação de trabalhos científicos: defesa pública e eventos científicos/empresariais; inovação em trabalhos de conclusão de curso.		
V – METODOLOGIA		
Aulas expositivas em sala de aula e/ou biblioteca. Exercícios de redação científica e reuniões de orientação. Realização de atividades no Moodle.		
VI – AVALIAÇÃO		
Será atribuída ao aluno uma nota bimestral, decorrente de uma avaliação formal e das avaliações realizadas ao longo do bimestre. No final do período semestral, será atribuída nota final, decorrente da média aritmética das notas bimestrais desse período. Para aprovação, a nota final, também denominada média final (MF) deverá ser \geq a 5,0 (cinco inteiros).		
VII – BIBLIOGRAFIA		
BÁSICA: KÖCHE, José Carlos. Fundamentos de metodologia científica. Editora Vozes, 2016. MARCONI, M.A. ; LAKATOS, E.M. Metodologia do trabalho científico. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2007. MEDEIROS, J.B. Redação científica: a prática de fichamentos, resumos, resenhas. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2009.		
COMPLEMENTAR:		
BLIKSTEIN, Izidoro. Como falar em público: técnicas e habilidades de comunicação para apresentações. Ática, 2006.		
DIEHL, Astor Antônio; TATIM, Denise Carvalho. Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas. Pearson Brasil, 2012. (Acesso Virtual)		
MARCONI, M.A.; LAKATOS, E.M. Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2008.		
VERGARA, S. C. Métodos de pesquisa em administração. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2015.		
SILVA, Saulo César Paulino E. Redigindo textos empresariais na era digital. Intersaber, 2016. (Acesso Virtual)		