

Código: ADM0756 Marketing I

Carga Horária: 60

Créditos: 4

Ementa:

Estudo de conceitos fundamentais de marketing. Análise do ambiente de marketing. Caracterização do comportamento do consumidor e da segmentação do mercado. Caracterização do processo de pesquisa em marketing.

Objetivo:

Proporcionar ao aluno situações de aprendizagem para que ele possa caracterizar as variáveis incontroláveis que constituem o fenômeno de marketing e o ambiente de marketing, atuando de forma interativa com as organizações para analisar o mercado e os critérios científicos do estudo de mercado.

Conteúdo Programático:

1. Fundamentos do marketing:
 - 1.1 Histórico, principais conceitos, funções e tarefas da Administração de marketing
 2. Ambiente de marketing:
 - 2.1 Análise das variáveis incontroláveis
 - 2.2 Microambiente
 - 2.3 Macroambiente
 3. Comportamento do consumidor:
 - 3.1 Modelos comportamentais
 - 3.2 Processo de adoção dos consumidores
 - 3.3 Comportamento do comprador organizacional
 4. Segmentação de mercado:
 - 4.1 Noções básicas de segmentação
 - 4.2 Estratégias de marketing para cobertura de mercado
 5. Sistemas de marketing para componentes
 - 5.1 Definição, objetivos e componentes
 - 5.2 Pesquisa de marketing:
 - 5.2.1 Conceito e finalidade
 - 5.2.2 Tipos de pesquisa
 - 5.2.3 Planejamento
 - 5.2.4 Execução
 - 5.2.5 Apresentação do relatório final



Bibliografia Básica:

- CHURCHILL JÚNIOR, Gilbert A.; PETER, J. Paul. Marketing: criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2000. xxv, 626 p. ISBN 97885502030107.
- KOTLER, Philip. Administração de marketing. 10.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000. 764 p. ISBN 858791801X.
- MALHOTRA, Naresh K. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. xi, 720 p. ISBN 857307728X.

Bibliografia Complementar:

- AAKER, David A. Administração estratégica de mercado. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. 323 p. ISBN 8573078103.
- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. 12.ed. São Paulo: Pearson, 2006. xxii, 750 p. ISBN 9788587918772.
- MALHOTRA, Naresh K. Introdução à pesquisa de marketing. São Paulo: Pearson, 2005. xvii, 428 p. ISBN 9788587918265.
- MATTAR, Fauze Najib. Pesquisa de marketing. 3.ed. compacta. São Paulo: Atlas, 2001. 275 p. ISBN 8522429472.
- SAMARA, Beatriz Santos; BARROS, José Carlos. Pesquisa de marketing: conceitos e metodologia. 3.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2002. 259 p. ISBN 8587918265.

Código: ADM0489 Análise de Investimentos e Mercado de Capitais

Carga Horária: 60

Créditos: 4

Ementa:

Estudo sobre o sistema financeiro nacional e seus mercados. Títulos do mercado de capitais. Abertura de capital e funcionamento das companhias brasileiras. Análise de bolsas de valores: estrutura e funcionamento. Análise de investimentos em mercado de capitais: econômico-financeira, fundamentalista, técnica. Reflexão sobre risco no investimento em ações. Estudo da teoria da seleção de carteiras. Análise de mercados futuros e bolsa de mercadorias. Investidores institucionais e governança corporativa.

Objetivo:

Proporcionar ao aluno a oportunidade de poder usar suas potencialidades e conhecimentos angariados nos anos anteriores de estudos nas práticas das demonstrações financeiras.

Conteúdo Programático:

- SISTEMA FINANCEIRO NACIONAL

Estrutura institucional

Principais autoridades monetárias

Dinâmica de Mercado: títulos públicos

Mercados do dinheiro

Poupança e investimento

Administração dos investimentos em renda fixa

- MERCADO DE CAPITAIS

Títulos do mercado de capitais

Ações, debêntures e DCA

Títulos privados de crédito

Mercado internacional

Comissão de Valores Mobiliários

Abertura do capital das empresas

Mercado primário e secundário

A companhia de capital aberto

Controle acionário

Gestão da companhia

- BOLSA DE VALORES

Estrutura e funcionamento

Bolsa de valores no Brasil

Bolsas no mundo

Sociedades corretoras

Operações realizadas em bolsa:

Mercado à vista

Derivativos

Liquidação e custódia

Sistemas de informação nas negociações

- ANÁLISE DE INVESTIMENTOS EM MERCADO DE CAPITAIS

Fundamentos de risco e retorno:

Risco de um ativo individual

Risco de uma carteira

Teoria da seleção de carteiras

Modelo de formação de preços (CAPM)

Análise econômico-financeira

Análise fundamentalista

Análise técnica

- MERCADO FUTURO E BOLSAS DE MERCADORIAS

Contratos futuros

Princípios básicos das operações a futuro;

As câmaras de compensação;

Bolsa de Mercadorias e Futuros

Hedge e especulação

- INVESTIDORES INSTITUCIONAIS E GOVERNANÇA CORPORATIVA

Bibliografia Básica:

Elsevier, 2002.

COMISSÃO NACIONAL DE BOLSAS. Mercado de capitais. Francisco Cavalcanti, Jorge Yoshio Misumi. Rio de Janeiro:

CAMPUS-SEDE

Rua Francisco Getúlio Vargas, 1130 - Bairro Petrópolis - CEP 95070-560 - Caxias do Sul - RS - Brasil

Ou: Caixa Postal 1352 - CEP 95020-972 - Caxias do Sul - RS - Brasil

Fone/Fax (54) 3218 2100 - www.uces.br

Entidade Mantenedora: Fundação Universidade de Caxias do Sul - CNPJ 88.648.761/0001-03 - CGCTE 029/0089530

CASAGRANDE NETO, Humberto. Abertura de capital de empresas no Brasil: um enfoque prático. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

PIAZZA, Marcelo C. Bem-vindo à bolsa de valores. 7. ed. São Paulo: Novo Conceito, 2008. 181 p. ISBN 9788599560303.

Bibliografia Complementar:

COPPEAD, Coleção de Administração. Gestão de risco de derivativos. São Paulo: Atlas, 2001.

ELDER, Alexander. Como se transformar em um operador e investidor de sucesso. Campus, 13. Edição, Rio de Janeiro, 2004.

FORTUNA, Eduardo. Mercado Financeiro: produtos e serviços. Qualitmark, 14ª Edição, 2001.

MATSURA, Eduardo. Comprar ou vender - como investir na Bolsa utilizando análise gráfica. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2007. xix, 124 p. ISBN 9788502065963.

ROSS, Stephen A, WESTERFIELD W, Randolph, JAFFE, Jeffrey F. Administração Financeira. São Paulo: Atlas, 2002.



Código: ADM0490 Sistemas de Informações Gerenciais

Carga Horária: 60

Créditos: 4

Ementa:

Identificação dos diferentes estilos gerenciais. Análise do processo decisório. Caracterização da engenharia de informação, do ciclo da informação na empresa e do planejamento estratégico da informação. Identificação de processos para realização de diagnóstico situacional nas empresas. Análise da arquitetura tecnológica (Hardware, Software). Caracterização de redes locais e corporativas e de banco de dados. Aplicações de SIG na empresa, tendo em vista as inovações e as mudanças nas organizações e nos próprios sistemas de informações gerenciais. Análise de novas técnicas de arquivamento (discos óticos).

Objetivo:

Propiciar ao aluno situações para que ele possa identificar conceitos fundamentais de sistemas de informações gerenciais nas empresas, definindo a informação, os sistemas e demais conceitos, confrontando-os com a prática empresarial, a fim de desenvolver competência para conceber, desenvolver e implantar um SIG numa empresa, bem como possibilitar a tomada de decisões com minimização de riscos.

Conteúdo Programático:

1. Nivelamento em informática básica:
 - 1.1 Histórico e evolução
 - 1.2 Conceituação:
 - 1.2.1 Conceitos gerais
2. Informação:
 - 2.1 Conceito, valor, ciclo, etc.
3. Processo gerencial e processo decisório:
 - 3.1 Integração das funções gerenciais e processo decisório com os sistemas de informação (PDI):
 - 4.1 Características do PDI
 - 4.2 Coerência do planejamento estratégico com planejamento de sistemas.
 5. Arquitetura tecnológica (Hardware, Software):
 - 5.1 Redes locais corporativas
 - 5.2 Banco de dados
 - 5.3 Engenharia da informação
 - 5.4 SIG na empresa
 6. Novas técnicas:
 - 6.1 Internet
 - 6.2 Intranet
 - 6.3 Tendências dos sistemas e da informática
 7. Aplicações:
 - 7.1 Aplicações práticas de sistemas de informações (EIS, SAD, SIG)

Bibliografia Básica:

LAUDON, Kenneth C. e LAUDON, Jane P. Management Information Systems. 7th ed. New Jersey, USA, Prentice Hall, 2002.
 O'BRIEN, James A. Sistemas de informação: e as decisões gerenciais na era da internet, 9 ed. São Paulo: Saraiva, 2003.
 STAIR, Ralph M. e REYNOLDS, George W. Princípios de Sistemas de Informação, 4 ed. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 2002.

Bibliografia Complementar:

CASSARRO, Antonio Carlos. Sistemas de Informações para Tomada de Decisões. 3. ed. São Paulo: Pioneira, 1999.
 KWASNICKA, Eunice Lacava. Introdução à Administração. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1995.
 LAUDON, Kenneth C. e LAUDON, Jane P. Management Information Systems. 7th ed. New Jersey, USA, Prentice Hall, 2002.
 NEWMAN, William H. Ação Administrativa: técnicas de organização e gerência. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1977.
 SILVEIRA, Jorge Luis da. Comunicação de Dados e Sistemas de Teleprocessamento. São Paulo: Makron Books, 1991.



Código: ADM0493 Administração Mercadológica II

Carga Horária: 60

Créditos: 4

Ementas:

Análise do composto mercadológico: produto, preço, comunicação e distribuição. Estudo a respeito de marketing estratégico no que se refere a planejamento, organização e controle mercadológico.

Objetivo:

Proporcionar ao aluno situações para que possa analisar as informações relativas à administração das variáveis controláveis de Marketing, caracterizando o processo de planejamento, organização e controle mercadológico.

Conteúdo Programático:

1. Fundamentos do Marketing:
 - 1.1 Revisão dos conteúdos de Administração Mercadológica I (composto mercadológico)
2. Composto produto:
 - 2.1 Principais conceitos, componentes, classificações
 - 2.2 Estratégias de produtos e marcas
 - 2.3 Desenvolvimento de novos produtos
 - 2.4 Ciclo de vida dos produtos
3. Composto preço:
 - 3.1 Principais conceitos
 - 3.2 Objetivos das empresas na formulação de preços
 - 3.3 Estratégias de preço para produtos inovadores e para linha de produto
4. Composto promocional:
 - 4.1 Principais modelos de processos de persuasão
 - 4.2 Modelos de processo de comunicação
 - 4.3 Modelos do composto promocional
 - 4.4 Processos de comunicação:
 - 4.4.1 Propaganda
 - 4.4.2 Publicidade
 - 4.4.3 Promoção de vendas
 - 4.4.4 Relações públicas
 - 4.4.5 Marketing direto e venda pessoal
5. Composto Distribuição:
 - 5.1 Natureza e tipos de canais de distribuição
 - 5.2 Fluxos e níveis de um canal de distribuição
 - 5.3 Sistemas horizontais e verticais de Marketing
 - 5.4 Poder, cooperação e conflitos em canais de distribuição
 - 5.5 Tipos de distribuição
6. Marketing estratégico:
 - 6.1 Conceitos
 - 6.2 Análise estratégica do ambiente (ameaças e oportunidades)
 - 6.3 Ameaça de entrada de novos produtos/empresa
 - 6.4 Análise dos pontos fortes e fracos da empresa
 - 6.5 Estratégias de Marketing para o mercado



Bibliografia Básica:

CHURCHILL, Junior; PETER, Paul J. Marketing: criando valor para o cliente. São Paulo: Saraiva, 2000.
 KOTLER, Philip. Administração de Marketing. A Edição do Milênio. São Paulo: Prentice Hall, 2001.
 STANTON, William J. Fundamentos de Marketing. São Paulo: Pioneira, 1980.

Bibliografia Complementar:

BOONE, Louis; KURTZ, David. Marketing Contemporâneo. Rio de Janeiro: LTC, 1998.
 COBRA, Marcos. Marketing Básico. 4. ed. São Paulo: Atlas 1997.
 OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Planejamento Estratégico, conceito, metodologia e práticas. 17. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
 PORTER, Michael. Estratégia Competitiva. técnicas para análise de indústrias e da concorrência. 26. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

Código: ADM0758 Administração de Operações I

Carga Horária: 60

Créditos: 4

Ementa:

Conceito, objetivo e função da Administração de Operações. Tipos de arranjo físico. Estudo e implantação de arranjo físico. Estudo de tempos e movimentos. Incentivos salariais. Análise dos métodos de trabalho. Planejamento e controle da produção. Manutenção do equipamento industrial.

Objetivo:

Oportunizar aos participantes a possibilidade de:

- Compreender o ambiente organizacional de operações, identificando aspectos, estruturas, conceitos e recursos que tornam possíveis o processo produtivo.
- Reconhecer o ambiente de operações com todas suas características de processos, fluxos de produção, disposição de processos e sistemas associados aos tipos de produtos/e serviços e métodos de programação.

Conteúdo Programático:

1- Introdução à Administração de Operações

- 1.1- História
- 1.2- Conceitos
- 1.3- Objetivos
- 1.4- Papel estratégico
- 1.5- Tomada de decisão
- 2- Organização industrial
- 2.1- Sistema de operações
- 2.2- Classificações das indústrias
- 2.3- Organizações industriais x prestadoras de serviços
- 2.4- Tipos de operações
- 2.5- Tipos de processos em manufatura e serviços
- 3- Localização industrial
- 3.1- Razões para mudança de local
- 3.2- Fatores da decisão sobre localização
- 3.3- Métodos para determinação da localização
- 4- Projetos
- 4.1- Projetos em gestão de operações
- 4.2- Projeto de produtos e serviços
- 4.3- Projeto da rede de operações
- 4.4- Arranjo físico e fluxo
- 4.5- Tecnologia do processo
- 4.6- Projeto e organização do trabalho
- 4.6.1- Estudo do método de trabalho
- 4.6.2- Medição do trabalho
- 5- Planejamento e controle da produção
- 5.1- Natureza do planejamento e controle
- 5.2- Processo de planejamento e suas ferramentas
- 5.3- Programa de operações e suas ferramentas
- 5.4- Controle das operações
- 6- Manutenção do equipamento industrial.



Bibliografia Básica:

DAVIS, Mark M., AQUILANO, Nicholas J., CHASE, Richard B. Fundamentos da Administração da Produção. Bookman. 3ª edição. Porto Alegre, 2001.

MARTINS, Petrónio G., LAUGENI, Fernando P. Administração da Produção. Ed. Saraiva. São Paulo, 1998.

SLACK, Nigel; CHAMBERS, Stuart; JOHNSTON, Robert. Administração da produção. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

CAMPUS-SEDE

Rua Francisco Getúlio Vargas, 1130 - Bairro Petrópolis - CEP 95070-560 - Caxias do Sul - RS - Brasil

Ou: Caixa Postal 1352 - CEP 95020-972 - Caxias do Sul - RS - Brasil

Fone/Fax (54) 3218 2100 - www.ucs.br

Entidade Mantenedora: Fundação Universidade de Caxias do Sul - CNPJ 88.648.761/0001-03 - CGC/TE 029/0089530

Bibliografia Complementar:

- FITZSIMMONS, James A.; FITZSIMMONS, Mona J. Administração de Serviços. Bookman. 2ª edição. Porto Alegre. 2000.
- HANSEN, Robert C. Eficiência Global dos Equipamentos: uma poderosa ferramenta de produção/manutenção para aumento dos lucros. Porto Alegre: Bookman. 2006.
- MEREDITH, Jack R., SHAFER, Scott M. Administração da Produção para MBAs. Bookman. Porto Alegre. 2002.
- PAIVA, Ely Laureano, CARVALHO JR., José Mário, FENSTERSEIFER, Jaime Evaldo. Estratégia de Produção e de Operações. Porto Alegre: Bookman. 2004.
- RITZMAN, Larry P.; KRAJEWSKI, Lee J.. Administração da Produção e Operações. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004.



Código: ADM0761 Gestão de Custos

Carga Horária: 60

Créditos: 4

Ementa:

Evolução histórica de custos. Análise de custos: conceitos, métodos e contabilização. Classificação e terminologias de custos. Critérios de avaliação dos estoques, custos de produção e transformação. Sistema de custos: filiosofias/princípios, apuração de custos e métodos de custeio. Análise gerencial de custos. Estudo de métodos de formação de preços. Análise sobre critérios para tomada de decisão.

Objetivo:

Propiciar ao aluno situações de ensino-aprendizagem para, a partir de uma reflexão a respeito das informações essenciais que permitam uma visão geral sobre a sistemática de gestão de custos, auxiliá-lo no processo gerencial da empresa.

Conteúdo Programático:

- ORIGEM E EVOLUÇÃO DA CONTABILIDADE DE CUSTOS

Objetos da análise de custos

Conceitos e terminologias aplicados na análise de custos

Princípios e convenções aplicados na análise de custos

Evolução da gestão de custos

- CLASSIFICAÇÃO DOS GASTOS

Classificação em custos e despesas

Refugos, unidades defeituosas, desperdícios e sobras:

Classificação quanto à identificação com o produto (Direto e Indireto)

Classificação quanto ao volume de produção (Fixos e Variáveis)

Classificação quanto a natureza

Outras classificações

- METODOLOGIA PARA AVALIAÇÃO DOS ESTOQUES E DOS INSUMOS

Análise dos créditos de impostos sobre compras

Análise das variações nos preços dos estoques

Avaliação dos estoques (PEPS, UEPS, CUSTO MÉDIO)

- SISTEMAS DE CUSTOS

Custo de produção

Custo de transformação

Filosofias ou Princípios de custeio:

Custeio por absorção

Custeio direto (ou custeio variável)

Custeio ideal

Principais sistemas de apuração de custos:

Sistema de custos por ordem de produção

Sistema de custos por processos.

Sistema de apropriação de custos ou métodos de custeio

Custo padrão

Centro de custos

Custeio Pleno ou Integral (RKW)

Custeio Baseado em Atividades (ABC)

Unidades de Esforço de Produção (UEP)

Contabilidade de Ganhos

Análise e comparativo das metodologias de custeio

- CUSTOS PARA PLANEJAMENTO E CONTROLE

Custos Controláveis e Custos Estimados

Custo-Padrão: padrões e valores projetados

Análise das variações de Materiais e Mão-de-Obra

Análise das variações nos Custos Indiretos de Fabricação

ANÁLISE GERENCIAL DE CUSTOS

Custeio Variável x Custeio por Absorção

Custeio Ideal

Margem de Contribuição

Relação Custo-Volume-Lucro

Ponto de Equilíbrio Contábil, Econômico e Financeiro

- ESTRATÉGIAS DE PRECIFICAÇÃO

Fatores que interferem na formação do preço de venda

CAMPUS-SEDE

Rua Francisco Getúlio Vargas, 1130 - Bairro Petrópolis - CEP 95070-560 - Caxias do Sul - RS - Brasil

Qu: Caixa Postal 1352 - CEP 95020-972 - Caxias do Sul - RS - Brasil

Fone/Fax (54) 3218 2100 - www.ucs.br

Entidade Mantenedora: Fundação Universidade de Caxias do Sul - CNPJ 88.648.761/0001-03 - CGC/TE 029/0089530



Etapas a serem consideradas na formação do preço de venda
Principais métodos de formação de preços
Políticas de preços

Bibliografia Básica:

BORNIA, Antonio Cezar. Análise Gerencial de Custos em Empresas Modernas. Porto Alegre: Bockman, 2002.

BRUNI, Adriano Leal; FAMA, Rubens. Gestão de Custos e Formação de Preços. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

DUTRA, René Gomes. Custos: uma abordagem prática. São Paulo: Atlas, 2003.

Bibliografia Complementar:

HANSEN, Don R. Gestão de Custos. São Paulo: Pioneira, 2003.

KAPLAN, R. S.; COOPER, R. Custo e Desempenho: administre seus custos para ser mais competitivo. São Paulo: Futura, 1998.

LEONE, George S.G. Custos: planejamento, implantação e controle. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

MONDEN, Yasuhiro. Sistemas de redução de custos: custo-alvo e custo kaizen. Porto Alegre: Bookman, 1999.

PADOVEZE, Clóvis Luis. Curso básico gerencial de custos. São Paulo: Pioneira, 2003.

Código: UCS0104 Epistemologia

Carga Horária: 60

Créditos: 4

Ementa:

Estudo das bases conceituais da epistemologia. Avaliação dos critérios epistemológicos do fazer científico. Reflexão sobre os procedimentos metodológicos do fazer científico. Estudo sobre ciência, ética e sociedade.

Objetivo:

1. Distinguir entre as diferentes formas de conhecer (senso comum, ciência, filosofia, arte, mitologia e religião).
2. Compreender o que é epistemologia e suas implicações nas diversas áreas do conhecimento.
3. Compreender os processos de construção e de validação do conhecimento científico em diferentes áreas do conhecimento.
4. Compreender a ciência como construção humana, crítico/criativa, falível, mutável e histórica.
5. Analisar os pressupostos epistemológicos do fazer científico.
6. Estabelecer relações entre a ciência, ética e sociedade.

Conteúdo Programático:

- I- Bases conceituais da epistemologia
 - a) Epistemologia: conceito e função
 - b) Tipos de conhecimento: Senso Comum; Mítico; Científico; Filosófico; Religioso; Estético
 - II- Critérios epistemológicos do fazer científico
 - a) Historicidade da construção do conhecimento científico
 - b) Objetividade,
 - c) Intersubjetividade
 - III- Procedimentos metodológicos do fazer científico
 - a) Processos de construção e de validação do conhecimento científico em diferentes áreas do conhecimento.
 - b) Formas de argumentação válidas e não válidas (diferença entre verdade e validade, indução e dedução).
 - c) Distinção entre contexto de descoberta e de justificação.
 - IV- Ciência, ética e sociedade.

Bibliografia Básica:

- CHALMERS, A. O que é ciência, afinal São Paulo: Brasiliense, 1993.
- FOUREZ, Gerard. A construção das ciências: introdução à filosofia e a ética das ciências. São Paulo: UNESP, 1995.
- KÖCHE, J. C. Fundamentos de metodologia científica: teoria da ciência e prática da pesquisa. 24. ed. rev. ampli. Petrópolis: Vozes, 2013.

Bibliografia Complementar:

- BACHELARD, G. A formação do espírito científico. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.
- BOMBASSARO, L.C. Ciência e mudança conceitual: notas sobre epistemologia e história da ciência. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1995.
- CHAUÍ, Marilena. Convite à Filosofia. São Paulo: Atica, 2004.
- KNELLER, G. F. A ciência como atividade humana. Rio de Janeiro: Zahar, 1980.
- POPPER, K. Conjecturas e refutações. Brasília: Universidade de Brasília, 1982.



Código: ADM0777 Administração Pública

Carga Horária: 60

Créditos: 4

Ementa:

Estudo do conceito, do princípio, dos fundamentos e das finalidades da administração pública. Análise da estrutura da administração direta e indireta. Estudo dos serviços e dos bens públicos. Áreas funcionais da administração pública: recursos humanos, econômico-financeira, materiais, e outras. Planejamento na administração pública: sistema de planejamento integrado. Políticas públicas. Controle na administração pública: controles interno e externo. Responsabilidade Civil, administrativa e criminal.

Objetivo:

- Compreender os elementos essenciais da estrutura e funcionamento da administração pública;
 - Reconhecer especificidades da administração pública e identificar campos de interação com a ciência da administração e de atuação para o administrador, a função do administrador na gestão da coisa pública;
 - Dominar os fundamentos conceituais a fim de permitir o posterior e constante aperfeiçoamento profissional neste campo da gestão.

Conteúdo Programático:

- I - Estado, governo e administração pública; formas de governo, sistemas de governo e regimes de governo; Estado, governo e administração pública no cotidiano das pessoas e organizações;
- Princípios gerais de administração pública e pressupostos teóricos de sustentação: legalidade, moralidade, impessoalidade, publicidade e eficiência;
- Pensamento clássico, burocrático e sistêmico.
- II - Organização político administrativa do Brasil e serviços públicos;
- Poderes do Estado, Ministério Público e Tribunal de Contas;
- Estrutura organizacional da administração pública;
- Serviços públicos: conceitos e competências.
- III - Administração pública direta e indireta.
- Centralização e delegação de bens e serviços públicos;
- Governo e Administração pública.
- IV - Aspectos de gestão de recursos humanos na Administração pública
- Agentes públicos: conceitos e classificação;
- Servidores públicos: conceito, cargos, carreiras e remuneração;
- Estágio probatório, avaliação de desempenho e estabilidade.
- V - Aspectos de gestão financeira e orçamentária na Administração pública;
- Sistema de planejamento orçamentário e finanças públicas.
- VI - Aspectos de gestão de materiais e serviços na Administração pública;
- Licitação: conceitos, tipos e modalidades;
- Inexigibilidade e dispensa de licitação.
- VII - Lei de Responsabilidade Fiscal: Lei de Diretrizes Orçamentárias (LDO), Lei de Orçamento Anual (LOA) e Lei do Plano Plurianual de Investimentos.
- VIII - Tópicos complementares: palestras sobre temas importantes da administração pública proferidas por personalidades que atuam nas respectivas áreas.



Bibliografia Básica:

BERGUE, Sandro Trescastro. Gestão de pessoas em organizações públicas. 2. ed. Caxias do Sul: EDUCS, 2007.
 BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil: promulgada em 5 de outubro de 1988.
 SANTOS, Clezio S. Introdução à gestão pública. São Paulo: Saraiva, 2006.

Bibliografia Complementar:

BRASIL; CRETELLA JUNIOR, José. Lei de licitação (1993). (Lei federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993, republicada em 06.07.1994, conforme determina o art. 3º da Lei nº 8.333, de 08.07.1994). Rio de Janeiro: Forense, 1994.
 CRUZ, Flávio; VICCARI JUNIOR, Adauto. Lei de responsabilidade fiscal comentada: Lei complementar nº 101, de 4 de maio de 2000. São Paulo: Atlas, 2004.
 KUJAVA, Evaldo A.; WAISMANN, Moisés. Gestão pública: aspectos filosóficos e econômicos. Caxias do Sul, RS: CAMPUS-SEDE

EDUCS, 2006.

MARTINS, Paulo Emílio Matos; PIERANTI, Octavio Penna. Estado e gestão pública: visões do Brasil contemporâneo. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

PEREIRA, José M. Curso de administração pública: foco nas instituições e ações governamentais: São Paulo: Atlas, 2008.



Código: ADM0759 Administração de Materiais

Carga Horária: 60

Créditos: 4

Ementa:

Estudo do conceito, dos objetivos e da função da administração de materiais. Análise da administração de estoque, da codificação, da gestão da demanda, gestão do controle e dos custos dos estoques. Estudo sobre logística empresarial, distribuição e tráfego.

Objetivo:

Oportunizar ao aluno situações de ensino-aprendizagem para:

- identificar os principais métodos e sistemas de administração de materiais, administração de compras e negociação com fornecedores;
- exercitar aplicações práticas dos conceitos;
- diagnosticar e elaborar sistemas de administração de materiais e de compras;
- compreender os conceitos de logística empresarial.

Conteúdo Programático:

1. Administração de Materiais
- 1.1 Conceitos, funções e estrutura
2. Administração dos Estoques
- 2.1 Importância dos estoques;
- 2.2 Tipos de estoques;
- 2.3 Codificação de materiais;
- 2.4 Método de Classificação ABC;
- 2.5 Previsão de estoques;
- 2.5.1 Demanda dependente e independente;
- 2.6 Controle de estoque;
- 2.6.1 Objetivo do controle dos estoques;
- 2.6.2 Níveis dos estoques;
- 2.7 Custos dos estoques;
- 2.7.1 Custo de ter e de obter;
- 2.8 Lote Econômico;
- 2.9 Avaliação dos estoques;
- 2.10 Reposição dos estoques;
- 2.10.1 Sistema de reposição;
- 2.10.2 MRP;
- 2.11 Índice de gerenciamento dos estoques;
- 2.11.1 Giro e antiguidade dos estoques.
3. Administração de Compras
- 3.1 Negociação gerencial;
- 3.2 Objetivo básico do departamento de compras;
- 3.3 Etapas do processo de compra;
- 3.4 Estudo e seleção de fornecedores;
- 3.5 Novas formas de comprar.
4. Logística Empresarial
- 4.1 Atividades logísticas básicas;
- 4.1.2 Transporte;
- 4.1.3 Manutenção dos estoques;
- 4.1.4 Processamento das ordens;
- 4.2 Atividades logísticas de apoio;
- 4.2.1 Armazenagem;
- 4.2.2 Manuseio de materiais;
- 4.2.3 Embalagem de proteção;
- 4.2.4 Programa de produção;
- 4.2.5 Manutenção das informações;
- 4.3 Distribuição física e nível de serviços;
- 4.4 Tendências futuras da logística.



Bibliografia Básica:

- DIAS, Marco Aurélio. Administração de Materiais. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1995.
- CHOPRA, Sunil e MEINDL, Peter. Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos. São Paulo: Prentice Hall, 2003.
- MARTINS, Petrónio Garcia, ALT, Campos Paulo Renato. Administração de Materias e Recursos Patrimoniais. São Paulo: Saraiva, 2000.

Bibliografia Complementar:

- BALLOU, Ronald H. Gerenciamento da cadeia de suprimentos. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- BERTAGLIA, P. R. Logística e Gerenciamento da Cadeia de Abastecimento. São Paulo: Saraiva, 2003.
- FLEURY, Paulo Fernando; WANKE, Peter e FIGUEIREDO, Kieber Fossati. Logística Empresarial. São Paulo: Atlas, 2000.
- HANFIELD, R. B.; NICHOLS JR, E. L. Introduction to supply management. New Jersey: Prentice Hall, 1999.
- SLACK, Nigel, et. al. "Administração da Produção". Editora Atlas, 1997. São Paulo.



Código: COT0265 Análise das Demonstrações Contábeis

Carga Horária: 60

Créditos: 4

Ementa:

Revisão dos conceitos básicos de contabilidade, Estrutura e Elaboração das Demonstrações Contábeis. Análise Vertical, Horizontal e por Índices. Emissão de relatórios para análise econômica e financeira. Margem de contribuição e Ponto de Equilíbrio.

Objetivo:

Objetivo Geral
Fornecer as habilidades para que o aluno esteja apto a estruturar e analisar as principais demonstrações contábeis, regulamentadas pela legislação específica.
Objetivos Específicos
A disciplina de Análise das Demonstrações Contábeis está inserida no Curso com a finalidade de capacitar o aluno a:
- Identificar os principais métodos de análise das demonstrações contábeis;
- Desenvolver a capacidade de decidir entre alternativas e tomar decisões;
- Identificar riscos;
- Solucionar problemas;
- Selecionar procedimentos que privilegiem formas de atuação em prol de objetivos organizacionais;
- Usar o raciocínio lógico e abstrato e, principalmente a expressão correta dos documentos técnicos específicos e da realidade das organizações.

Conteúdo Programático:

Revisão principais conceitos de Contabilidade.
Elaboração do Balanço Patrimonial.
Elaboração da Demonstração do Resultado do Exercício.
Elaboração Demonstração de Mutações do PL.
Elaboração do DVA
Elaboração da Demonstração do Fluxo de Caixa.
Análise Vertical. Análise Horizontal
Emissão de relatórios de análise.
Análise por Índices: liquidez, rentabilidade e de capitais.
Margem de Contribuição.
Ponto de Equilíbrio.



Bibliografia Básica:

ASSAF NETO, Alexandre. Estrutura e Análise de Balanços - um enfoque econômico-financeiro. São Paulo: Atlas, 10ª Ed. 2012.
MARION, José C. Análise das Demonstrações Contábeis: Contabilidade Empresarial. São Paulo: Atlas, 7ª Ed. 2012.
MATARAZZO, Dante Carmine. Análise Financeira de Balanços. São Paulo: Atlas, 2010, 7ª edição.
Legislação: <http://www.cfc.org.br>

Bibliografia Complementar:

BRAGA, Hugo Rocha. Demonstrações Contábeis: Estrutura, Análise e Interpretação. São Paulo: Atlas, 7ª Ed. 2012.
PADOVEZE, Clovis Luiz; BENEDETTO, Gideon Carvalho de. Análise das demonstrações financeiras. São Paulo: Thomson, 3ª Ed. 2011.
REIS, Arnaldo. Demonstrações Contábeis: estrutura e análise. São Paulo: Saraiva, 3ª Ed. 2009.
RIBEIRO, Osni Moura. Estrutura e Análise de Balanços. São Paulo: Saraiva, 9ª Ed. 2011.
SILVA, Alexandre Alcantara da. Estrutura, Análise e Interpretação das Demonstrações Contábeis. São Paulo: Atlas, 4ª Ed. 2014.

Código: PS10376 Psicologia Organizacional e do Trabalho
Carga Horária: 60
Créditos: 4

Ementa:

O contexto das organizações: do ponto de vista da Psicologia e suas interfaces com o mundo do trabalho.
 Dimensões básicas de análise das organizações: individual, grupal, organizacional e psicossocial. O indivíduo no contexto das organizações: estruturação da personalidade do indivíduo. Processos mentais básicos: percepção, memória, atenção, emoção, afetos e motivação. O significado do trabalho para o indivíduo. Vínculos do indivíduo com o trabalho e com a organização no seu período de permanência na empresa. As disfunções organizacionais e sua relação com a saúde mental. Promoção da saúde mental nos ambientes organizacionais.

Objetivo:

- Proporcionar entendimento correto sobre a Ciência Psicológica, sua evolução e atuação específica no contexto de trabalho através da Psicologia Organizacional e do Trabalho.
 - Identificar os principais aspectos e fenômenos psicológicos que conduzem a formação da personalidade humana e sua diversidade e funcionamento em grupo.
 - Entender a relação construída entre indivíduo e trabalho, seu significado e importância na constituição do indivíduo e da organização.
 - Identificar as dimensões básicas de análise das organizações visando uma atuação que promova a saúde mental nos ambientes organizacionais.

Conteúdo Programático:

- a) Psicologia como construção científica, objetos de estudo e atuação no contexto de trabalho.
- b) Evolução da Psicologia Organizacional e do Trabalho.
- c) Processos Básicos da Formação Humana
- d) Fundamentos Sociológicos do Comportamento e Interações Humanas
- e) Comportamento Humano nas Organizações e Relações Interpessoais Produtivas
- f) O indivíduo e o Trabalho
- g) Dimensões Básicas de Análise da Organização
- h) Disfunções Organizacionais, Saúde Mental e Qualidade de Vida no Trabalho

Bibliografia Básica:

BOCK, A.; FURTADO, O.; TEIXEIRA, M. Psicologias: Uma introdução ao estudo da psicologia. 13. ed. SP: Saraiva, 2002. (Cap. 10).
 BRAGHIROLLI, E.M.; PEREIRA, S.; RIZZON, L. A. Temas de psicologia social. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 2005. 180 p. ISBN 8532612224.
 FOGUEL, S.; e SOUZA, C. Desenvolvimento Organizacional. São Paulo: Atlas, 1995.

Bibliografia Complementar:

KANAANE, R. Comportamento das Pessoas na Empresa. São Paulo: Atlas, 1999.
 MUCHINSKY, P. M. Psicologia Organizacional. SP: Pioneira Thomson Learning, 2004.
 ROBBINS, Stephen. Comportamento Organizacional. Rio de Janeiro: LTC, 1999.
 SPECTOR, Paul E. Psicologia nas Organizações. São Paulo: Saraiva, 2002.
 ZANELLI, José C. Psicologia, Organizações e Trabalho no Brasil. POA, Artmed, 2004.



Código: ADM0776 Administração de Serviços

Carga Horária: 60

Créditos: 4

Ementa:

Estudo sobre a evolução da economia e a inserção do setor de serviços, sua natureza e significado. Análise da importância dos serviços no aproveitamento de oportunidades de mercado. Análise de produtos versus serviços. Conceituação e características dos serviços. Identificação de serviços como sistemas abertos. Análise do processo dos serviços e o cliente como co-produtor. Estratégias e operacionalização dos serviços. Estudo sobre o comportamento do consumidor. Reconhecimento sobre a importância dos colaboradores nas organizações de serviços. Análise de uma abordagem da qualidade. Estudo sobre o programa de melhorias em serviços. Análise dos aspectos de influência e de modificação nos padrões de serviços exercidos pela TI.

Objetivo:

Propiciar ao aluno situações de ensino-aprendizagem para:

- conceituar serviços, suas características e estratégias;
- reconhecer a participação do setor na economia;
- estabelecer relação entre qualidade e resultado;
- refletir acerca da importância das pessoas;
- perceber a influência da tecnologia;
- realizar aplicações práticas.



Conteúdo Programático:

- O papel dos serviços na economia;
- Características dos serviços;
- A natureza dos serviços;
- A estratégia em serviços;
- O fator humano em serviços;
- Qualidade em serviços;
- Serviços e tecnologia da informação.

Bibliografia Básica:

BATESON, John E. G. HOFFMAN Douglas. Marketing de Serviços. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

FITZSIMMONS Mona, J. Administração de Serviços: operações, estratégia e tecnologia de informação. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2000.

LOVELOCK & WRIGHT. Serviços Marketing e Gestão. São Paulo: Saraiva, 2001.

Bibliografia Complementar:

ALBRECHT Karl. Revolução nos Serviços: como as empresas podem revolucionar a maneira de tratar os seus clientes. 5. ed. São Paulo: Pioneira, 1998.

GIANESI Irineu G. N. CORRÊA, Henrique L. Administração Estratégica de Serviços: operações para a satisfação do cliente. São Paulo: Atlas, 1994.

HESKETT, SASSER Jr. e HART. Serviços Revolucionários: mudando as regras do jogo São Paulo: Pioneira. 1994.

ROCHA, Angela da; MELLO, Renato Cotta de. Marketing de serviços: casos brasileiros. São Paulo: Atlas, 2000.

SCHEMENNENR. Roger W. Administração de Operações em Serviços. São Paulo: Futura, 1999.

CAMPUS-SEDE

Rua Francisco Getúlio Vargas, 1130 - Bairro Petrópolis - CEP 95070-560 - Caxias do Sul - RS - Brasil

Ou: Caixa Postal 1352 - CEP 95020-972 - Caxias do Sul - RS - Brasil

Fone/Fax (54) 3218 2100 - www.ucs.br

Entidade Mantenedora: Fundação Universidade de Caxias do Sul - CNPJ 88.648.761/0001-03 - CGC/TE 029/0089530

Código: ADM0774 Ética Organizacional

Carga Horária: 60

Créditos: 4

Ementa:

Caracterização de ética, moral, consciência, liberdade, justiça e solidariedade. Reflexão a respeito dos princípios éticos. Estudo da ética na tomada de decisão organizacional. Análise da sustentabilidade organizacional: dimensões econômica, social e ambiental. Estudo dos pressupostos da administração ética. Análise da dimensão ética da profissão do administrador.

Objetivo:

Proporcionar aos alunos situações de aprendizagem para que eles possam analisar a importância de uma atuação profissional permeada pelos conceitos de valores, princípios e Ética na administração. Os objetivos da disciplina passam pela sensibilização dos alunos por questões éticas que há muito preocupam os administradores e para o exercício da cidadania, incluindo as considerações éticas que atualmente movem o comportamento dos agentes econômicos com particular destaque para as empresas. Além disso, os alunos poderão analisar a Legislação da profissão do Administrador, motivando-se ao estudo constante da Ética e da Responsabilidade Social como requisito indispensável para o sucesso pessoal e profissional.

Conteúdo Programático:

1. Introdução: Moral e o problema da ética
2. Conceito de ética: Doutrinas, formação e evolução da ética
3. A Administração Ética: Comportamento gerencial e conduta moral
4. Ética e Negócios: Ética na tomada de decisão e os dilemas éticos
5. Responsabilidade social empresarial
6. Código de ética profissional
7. Legislação do administrador



Bibliografia Básica:

- CORTINA, Adela; MARTÍNEZ, Emilio. Ética. São Paulo: Loyola, 2009.
- SÁNCHEZ VÁSQUEZ, Adolfo. Ética. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
- SROUR, Robert Henry. Poder, cultura e ética nas organizações. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

Bibliografia Complementar:

- BAUMAN, Zygmunt. Ética pós-moderna. São Paulo: Paulus, 1997.
- BOFF, Leonardo. Ética e moral: a busca dos fundamentos. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.
- CONSELHO FEDERAL DE ADMINISTRAÇÃO. Legislação. Internet <http://www2.cfa.org.br>
- MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro: da filantropia tradicional à filantropia de alto rendimento e ao empreendedorismo social. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001. 189 p. ISBN 8573032979.
- STADLER, Adriano; ARANTES, Elaine Cristina; HALICKI, Zélia (Org.). Empreendedorismo e responsabilidade social. Curitiba: IbpeX, 2011. Disponível em: <<https://ucsvirtual.ucs.br>>.

CAMPUS-SEDE

Rua Francisco Getúlio Vargas, 1130 - Bairro Petrópolis - CEP 95070-560 - Caxias do Sul - RS - Brasil

Ou: Caixa Postal 1352 - CEP 95020-972 - Caxias do Sul - RS - Brasil

Fone/Fax (54) 3218 2100 - www.ucs.br

Entidade Mantenedora: Fundação Universidade de Caxias do Sul - CNPJ 88.648.761/0001-03 - CGC/TE 029/0089530

Código: DIR0352 Direito Empresarial I

Carga Horária: 60

Créditos: 4

Ementa:

Teoria da Empresa. Conceito de Empresário e Sociedade Empresária. Estabelecimento. Propriedade Industrial. Sociedades Não Personificadas e Personificadas. Sociedades Contratuais (em nome coletivo, em comandita simples e limitada) e Sociedades por Ações (sociedade anônima e em comandita por ações).

Objetivo:

Objetivo Geral
 Propiciar ao acadêmico um conhecimento básico do Direito Empresarial Brasileiro sobremodo pelo advento do Código Civil de 2002 que substituiu o modelo da teoria do ato de comércio pela teoria da empresa.
 Objetivos Específicos
 Capacitar o aluno a:
 - Compreender a evolução do Direito Empresarial no Brasil;
 - Estudar a estrutura jurídica da empresa e da sociedade empresária, seus modelos, bem como a propriedade industrial;
 - Identificar as características entre os diversos tipos de sociedades;
 - Analisar e tomar decisões sobre a aplicação dos institutos do direito empresarial.

Conteúdo Programático:

1. TEORIA GERAL DO DIREITO COMERCIAL
 - 1.1. Aspectos Históricos da Atividade Comercial
 - 1.2. Matéria do Comércio
 - 1.3. Conceito e características do Direito Comercial
 - 1.4. Autonomia do Direito Comercial
 - 1.5. Fontes do Direito Comercial
2. PRESSUPOSTOS AO EXERCÍCIO DO COMÉRCIO
 - 2.1. Comerciante-empresário comercial-conceito
 - 2.2. Comerciante no Direito Comercial Brasileiro
 - 2.3. O Código Comercial de 1850 - Ato de Comércio
 - 2.4. O Direito de Empresa - Código Civil de 2002
 - 2.5. Requisitos ao Exercício da Empresa
 - 2.5.1. Capacidade Jurídica
 - 2.5.2. Proibidos de Comercial
3. OBRIGAÇÕES DO EMPRESÁRIO COMERCIAL
 - 3.1. Do nome comercial- formação, alteração e proteção
 - 3.2. Dos livros comerciais-escrituração, espécies e exibição
 - 3.3. Do registro da empresa- regras gerais
 - 3.4. Do registro da propriedade industrial- regras gerais
4. TEORIA GERAL DO DIREITO SOCIETÁRIO
 - 4.1. Conceito, personalização e classificação da sociedade empresária
 - 4.2. Sociedades não personificadas
 - 4.3. Sociedades personificadas
 - 4.4. Sociedade simples e empresária
 - 4.5. Sociedade em nome coletivo
 - 4.6. Sociedade em comandita simples
 - 4.7. Sociedade em conta de participação
 - 4.8. Sociedade limitada
 - 4.9. Sociedade anônima
 - 4.10. Sociedade em comandita por ações
 - 4.11. Desconsideração da pessoa jurídica

Bibliografia Básica:

BERTOLDI, Marcelo M.; RIBEIRO, Marcia Carla Pereira. Curso avançado de direito comercial. 7. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013.

COELHO, Fábio Ulhoa. Curso de direito comercial: direito de empresa. 18. ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

FAZZIO JR., WALDO. Manual de direito comercial. 14. ed. São Paulo: Atlas, 2013.



Bibliografia Complementar:

- BASTOS, Pedro Paulo Roberto. Curso de Direito Empresarial. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012.
- BERTOLDI, Marcelo M. e RIBEIRO, Marcia C.P. Curso Avançado de Direito Comercial. 4. ed. São Paulo: Revistas dos Tribunais, 2013.
- CAMPINHO, Sergio Murilo Santos. O direito de empresa à luz do novo Código Civil. 11. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Renovar, 2010.
- GUSMÃO, Mônica. Lições de direito empresarial. 8a ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2009.
- REQUIÃO, Rubens. Curso de Direito Comercial. 30a ed. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2013, 2v.



Código: MAT0339 Matemática Financeira

Carga Horária: 60

Créditos: 4

Ementa:

Estudo dos juros simples e compostos. Cálculo das taxas nominal, proporcional e real. Séries e pagamentos iguais. Descontos. Equivalência de capitais. Fluxo e caixa. Comparação entre alternativas de investimentos. Critérios econômicos de decisão: Valor Presente líquido, Taxa Interna de Retorno e Payback, entre outros.

Objetivo:

Propiciar situações de aprendizagem para instrumentalizar o aluno com o conhecimento matemático adequado à solução de situações-problema relativos às questões financeiras presentes nas organizações.

Conteúdo Programático:

1. Porcentagem;
- 1.1 Operações sobre mercadorias.
- 1.2 Formação do preço de venda.
2. Juros Simples:
- 2.1 Conceito, fórmula, tipos de juros, juros de diversos capitais a uma mesma taxa, montante de um capital, prazo médio e taxa média.
3. Desconto simples:
- 3.1 Conceito de uma operação de desconto.
- 3.2 Desconto simples comercial;
- 3.2.1 Conceito, fórmula, cálculo do valor líquido, custo efetivo de uma operação de desconto.
- 3.3 Desconto simples racional;
- 3.3.1 Conceito, cálculo do valor atual de um título.
- 3.4 Equivalência de capitais no regime de capitalização simples.
4. Juros compostos:
- 4.1 Conceito, fórmula fundamental para cálculo do montante, estudo e constituição de uma tabela financeira, cálculo do montante através da convenção linear e convenção exponencial, cálculo do capital, da taxa e do número de períodos financeiros.
5. Taxas de juro:
- 5.1 Conceitos e aplicações de:
 - 5.1.1 Taxas proporcionais.
 - 5.1.2 Taxas equivalentes.
 - 5.1.3 Taxa nominal.
 - 5.1.4 Taxa efetiva.
 - 5.1.5 Taxa de ganho real.
6. Desconto composto:
- 6.1 Cálculo do valor atual de um título.
- 6.2 Equivalência de capitais no regime de capitalização composta.
7. Rendas:
- 7.1 Conceitos gerais, classificação das rendas periódicas, cálculo do valor atual de uma renda unitária, cálculo do valor atual das rendas uniformes e das rendas variáveis, montante de uma renda unitária, cálculo do montante das rendas uniformes.
8. Planos de amortização de empréstimos e financiamentos:
- 8.1 Sistema Francês de Amortização, Sistema de Amortizações Constantes (SAC), Sistema de Amortização Misto (SAM), e Sistema Alemão (SAI).
9. Empréstimos com correção monetária:
- 9.1 Sistema de cálculo, custo efetivo do empréstimo.
10. Avaliação de um investimento:
- 10.1 Introdução à análise de investimentos:
- 10.1.1 Cálculo do valor presente líquido (VPL) e da taxa interna de retorno (TIR) de um investimento.

Bibliografia Básica:

DE FRANCISSCO, Walter. Matemática Financeira. Atlas.

MATHIAS, Washington. Matemática Financeira. São Paulo: Ed. Atlas, 2002.

MILONE, Grusepp. Curso de Matemática Financeira. São Paulo: Ed. Atlas, 1993.



Bibliografia Complementar:

ASSAF NETO, Alexandre. Matemática financeira e suas aplicações. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HAZZAN, Samuel; POMPEO, José Nicolau. Matemática financeira. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

LAPPONI, Juan Carlos. Matemática financeira. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, 2005.

POLO, Edison Fernandes. Engenharia das operações financeiras pela HP-12C. São Paulo: Atlas, c1995. 158p. ISBN 85-224-1356-8.

SAMANEZ, Carlos Patricio. Matemática financeira: aplicações à análise de investimentos. 3. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.



Código: UCS0102 Seminários de Pesquisa

Carga Horária: 30

Créditos: 2

Ementa:

Reflexão sobre o pesquisador e a comunicação científica. Estudo da natureza, dos tipos de pesquisa e suas classificações. Identificação das etapas da pesquisa. Levantamento de informações para pesquisa. Revisão da literatura via métodos impressos e eletrônicos. Estudo sobre a estrutura e a dinâmica de um problema de pesquisa. Estudo sobre o método de pesquisa.

Objetivo:

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

- Compreender e delimitar a amplitude do "fenômeno" ambiental sob as diversas abordagens interdisciplinares.
- Identificar o conhecimento disponível e de qualidade sobre o tema a ser investigado.
- Identificar a natureza da pesquisa e distinguir os diversos tipos de pesquisa.
- Explicitar, refletir sobre e correlacionar variáveis dos problemas ambientais relacionando-as às áreas de formação dos alunos.
- Identificar e selecionar fontes de conhecimento científico, distinguindo-as do senso comum.
- Sistematizar o conhecimento selecionado.
- Identificar problemas de pesquisa.

Conteúdo Programático:

- Contexto temático e relevância da pesquisa
- A natureza e os tipos de pesquisa
- Problemas de pesquisa
- Hipóteses e variáveis de pesquisa
- Sistematização do conhecimento científico
- Aspectos metodológicos da pesquisa

Bibliografia Básica:

GIL, Antonio Carlos. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. KÖCHE, José Carlos. Fundamentos de Metodologia Científica. Petrópolis: Vozes.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de A. Metodologia do Trabalho Científico. São Paulo: Atlas.

Bibliografia Complementar:

ALVARENGA, Maria Amália de Figueiredo Pereira; ROSA, Maria Virginia de Figueiredo Pereira do Couto. Aportamentos de metodologia para a ciência e técnicas de redação científica (monografias, dissertações e teses): de acordo com a ABNT 2002. 3. ed., rev. e ampl. Porto Alegre: S. A. Fabris, 2003.

ALVES-MAZZOTTI, Aida J.; GEWANDSZNADJER, F. O método nas ciências naturais e sociais: Pesquisa quantitativa e qualitativa. São Paulo: Pioneira, 1998.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de A. Técnicas de Pesquisa. São Paulo: Atlas.

LAVILLE, Christian; DIONNE, Jean. A Construção do Saber. Manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Porto Alegre: Artmed, 1999.

SEVERINO, Antônio Joaquim. Metodologia do trabalho Científico. São Paulo: Cortez, 2002.

Código: UCS0103 Ética

Carga Horária: 30

Créditos: 2

Ementa:

Estudo dos conceitos fundamentais, das teorias, definições e classificações da ética e da ação moral. Análise e compreensão das principais correntes filosóficas explicativas do agir humano.

Objetivo:

- Compreender a ética e sua relação com o comportamento do profissional cidadão e localizar a questão ética na sociedade contemporânea.
- Analisar conceitos éticos desenvolvidos em algumas das principais correntes filosóficas e avaliar possibilidades de aplicação em situações do cotidiano.
- Compreender os princípios que fundamentam o agir humano e os critérios que justificam as escolhas, decisões e ações pessoais, sociais e profissionais.

Conteúdo Programático:

1. Ética: definições e classificação.
2. Conceitos relacionados à ética:
- a) Estruturantes: moral, subjetividade e intersubjetividade, autonomia, liberdade, justiça, responsabilidade;
- b) Derivados: valores, solidariedade, diálogo, tolerância, dignidade (humana), consciência moral, verdade;
3. Principais correntes filosóficas explicativas do fenômeno ética.
4. A ética e o agir humano frente a questões da atualidade, tais como: multiculturalidade, questões ambientais, cidadania e política, bioética.

Bibliografia Básica:

CORTINA, A.; MARTINEZ, E. Ética. São Paulo: Loyola, 2010.



MARCONDES, Danilo. Textos básicos de ética: de Platão a Foucault. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

PEGORARO, Olinto A. Ética: dos maiores mestres através da história. Petrópolis: Vozes, 2006.

Bibliografia Complementar:

OLIVEIRA, M. A. de. Correntes fundamentais da ética contemporânea. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

RACHELS, James. Os elementos da filosofia da moral. Barueri: Manole, 2005.

SANDEL, Michael. Justiça: o que é fazer a coisa certa. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.

SAVATER, Fernando. Ética para meu filho. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

SOUZA, Ricardo Timm de. Ética como fundamento: uma introdução à ética contemporânea. São Leopoldo, RS: Nova Harmonia, 2004.

Código: ADM0555 Finanças Corporativas I

Carga Horária: 60

Créditos: 4

Ementa:

Conceituação de administração financeira: estudo das funções e dos objetivos. Organização administrativa da área financeira. Demonstrações financeiras, indicadores de desempenho e análise de fluxo de caixa. Gestão financeira de curto prazo nas organizações: capital de giro, administração de caixa, contas a receber e estoques. Sistema de planejamento financeiro e orçamentário, processo de elaboração e utilização do orçamento empresarial como instrumento de gestão.

Objetivo:

Propiciar ao aluno situações de ensino-aprendizagem para:
- compreender o que é administração financeira, seu campo de atuação e suas ligações com outras áreas da Administração;
- analisar situações práticas de como o profissional de finanças pode maximizar os resultados dos recursos que estão sob sua administração e integrá-los ao resultado final da empresa;
- apresentar uma visão sistêmica da atividade financeira, e noções gerais de técnicas que visam melhorar o desempenho do Administrador Financeiro;
- tornar o orçamento empresarial em uma ferramenta básica para a gestão.

Conteúdo Programático:

1. A FUNÇÃO FINANCEIRA
- 1.1 O ambiente financeiro
- 1.2 Principais áreas e oportunidades em finanças
- 1.3 Interligação com economia e contabilidade
- 1.4 Decisões em Administração Financeira
- 1.5 Objetivos da Administração Financeira
- 1.6 Estrutura organizacional da função financeira
- 1.7 Tipos de negócios e métodos de tributação
2. GESTÃO DO FLUXO DE CAIXA
- 2.1 Lucro contábil X fluxo de caixa
- 2.2 Controles financeiros
- 2.3 Elaboração de Fluxo de Caixa
- 2.4 Gestão através do fluxo de caixa
3. A ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA DE CURTO PRAZO
- 3.1 O capital de giro
- 3.2 Capital de giro fixo e sazonal
- 3.3 Administração de caixa
- 3.4 Ciclo operacional e financeiro
- 3.5 Administração de títulos a receber
- 3.6 Administração de títulos a pagar
- 3.7 Administração de estoques
- 3.8 Análise do capital circulante líquido
- 3.9 Modelo dinâmico das contas patrimoniais
- 3.10 Necessidade de capital de giro
- 3.11 Efeito tesoura
- 3.12 Fontes de financiamento de curto prazo
4. PLANEJAMENTO FINANCEIRO E ORÇAMENTÁRIO
- 4.1 Conceitos e objetivos
- 4.2 Sistema de planejamento financeiro e orçamentário
- 4.3 Estrutura matricial
- 4.4 Orçamento com base zero
- 4.5 Orçamento flexível
- 4.6 Processo de Elaboração do orçamento
- 4.7 Orçamento de vendas
- 4.8 Orçamento da produção
- 4.9 Orçamento das despesas operacionais
- 4.10 Demonstrações financeiras projetadas
- 4.11 Controle orçamentário

Bibliografia Básica:

ASSAF NETO, Alexandre. Finanças Corporativas e valor. 3. ed. São Paulo, Atlas: 2007.



HOUJ, Mazakas. Administração Financeira: uma abordagem prática. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2001.
ROSS, Stephen A, WESTERFIELD W. Randolph, JAFFE, Jeffrey F. Administração Financeira. São Paulo: Atlas, 2002.

Bibliografia Complementar:

FERRREIRA, José Antonio Stark. Finanças Corporativas: conceitos e aplicações. São Paulo. Pearson Prentice Hall. 2005.

FREZZATTI, Fábio. Organismo empresarial: planejamento e controle gerencial. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

GITMAN, Lawrence J. Princípios de administração financeira. 10. ed. São Paulo: Harbra; 2005.

GROPPELLI & NIKBAKHT. Administração Financeira. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

ZDANOWICZ, José Eduardo. Planejamento Financeiro e Orçamentário. 4. ed. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2001.



Código: ADM0755 Processos Organizacionais

Carga Horária: 60

Créditos: 4

Ementa:

Os processos organizacionais; o processo administrativo (planejar, organizar, dirigir e controlar); o processo administrativo na gestão dos processos organizacionais; abordagem por processos versus abordagem funcional; ferramentas); implantação e avaliação de processos; a equipe como responsável pelo processo em que atua.

Objetivo:

- Criar situações de aprendizagem para que o aluno compreenda o funcionamento da organização como um sistema aberto, constituído por inúmeros e diversificados processos inter-relacionados e interdependentes (foco no conhecimento);
- Contribuir para o desenvolvimento de habilidades gerenciais através das funções administrativas (foco nas habilidades);
- Estimular o acadêmico para que se expresse de modo crítico e analítico diante dos diferentes contextos organizacionais e sociais (foco nas atitudes).

Conteúdo Programático:

1. Processo organizacional
- 1.1 Conceitos de processos e subprocessos
- 1.2 Elementos de um processo
- 1.3 Importância da gestão por processos na Administração contemporânea com foco sistêmico
2. Processo Administrativo
- 2.1 Planejamento
- 2.2 Organização
- 2.3 Direção
- 2.4 Controle
- 2.5 O processo administrativo na gestão dos processos organizacionais
3. Gestão por processos
- 3.1 Mudanças de paradigma
- 3.2 Mapeamento de processos organizacionais; análise de processos; desenho e redesenho de processos.
- 3.3 Etapas para implantação de processos
- 3.4 A equipe como responsável pelo processo em que atua: papel da equipe na operacionalização; no desenho e no redesenho de processos.
- 3.5 Benefícios da gestão por processos
- 3.6 Ferramentas que contribuem na definição, desenho e redesenho dos processos organizacionais
- 3.7 Medindo o desempenho dos processos

Bibliografia Básica:

- DAFT, Richard L. Organizações: teoria e projetos. São Paulo: Cengage Learning, 2008.
- KAWASNICKA, Eunice Lagava. Introdução à administração. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- SORDI, José Osvaldo de. Gestão por processos - uma abordagem da moderna Administração. 2ª. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

Bibliografia Complementar:

- ALBUQUERQUE, Alan Melo Marinho de; ROCHA, Paulo. Sincronismo Organizacional - como alinhar a estratégia, os processos e as pessoas/ um guia prático para redesenhar a organização e seus processos. São Paulo: Saraiva, 2007.
- ARAÚJO, Luis César G. de. Organização, sistemas e métodos: e as ferramentas de gestão organizacional. 2ª. ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- CHINELATO, João. O&M integrado à informática. 12ª. ed. São Paulo: LTC, 2004.
- CURY, Antônio. Organizações e Métodos: uma visão holística. 8ª. ed. São Paulo: Atlas, 2005.



OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Sistemas, organização e métodos: uma abordagem gerencial. 14.ed. São Paulo: Atlas, 2004.



CAMPUS-SEDE

Rua Francisco Getúlio Vargas, 130 - Bairro Petrópolis - CEP 95070-560 - Caxias do Sul - RS - Brasil

Ou: Caixa Postal 1352 - CEP 95020-972 - Caxias do Sul - RS - Brasil

Fone/Fax (54) 3218 2100 - www.ucs.br

Entidade Mantenedora: Fundação Universidade de Caxias do Sul - CNPJ 88.648.761/0001-03 - CGCTE 029/0089530

Código: ADM0757 Gestão de Pessoas I

Carga Horária: 60

Créditos: 4

Ementa:

Evolução histórica da Gestão de Pessoas, objetivos e tendências. Processos, Linha, Staff, mudanças nos Cenários Global e Impacto na Gestão de Pessoas, Planejamento, Recrutamento, Seleção, Modelagem de cargos, Integração, Remuneração e Benefícios.

Objetivo:

Propiciar uma visão sistêmica do papel da Gestão de Pessoas e sua contribuição para os resultados das organizações no contexto atual.

Conteúdo Programático:

1. Evolução Histórica da Gestão de Pessoas;

2. Estudos dos processos de Gestão de Pessoas;

2.1. O Relacionamento entre Pessoas e Organizações;

2.2. A Gestão de Pessoas num Ambiente Dinâmico e Competitivo;

2.3. Modelagem de cargos;

2.4. Recompensando pessoas;

2.5. Recrutamento (captação) de Pessoas;

2.6. Seleção de Pessoas;

2.7. Orientação das pessoas;

2.8. Benefícios e Serviços;

2.9. Orientação para expatriados (incluindo família);

Bibliografia Básica:

BITENCOURT, Claudia (Org.), Gestão contemporânea de pessoas: novas práticas, conceitos tradicionais. Porto Alegre: Bookman, 2004.

CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de pessoas. 2.ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

MARRAS, Jean Pierre. Administração de recursos humanos: do operacional ao estratégico. 5. ed. rev. São Paulo: Futura, 2002.

Bibliografia Complementar:

CHIAVENATO, Idalberto. Administração de recursos humanos. São Paulo: Atlas, 2000.

GIL, Antônio Carlos. Gestão de Pessoas: enfoque nos papéis profissionais. São Paulo: Atlas, 2001.

LACOMBE, Francisco José Masset. Recursos Humanos: princípios e tendências. São Paulo: Saraiva, 2005.

ULRICH, Dave. Recursos Humanos Estratégicos: novas perspectivas para os profissionais de RH. São Paulo: Futura, 2000.

VERGARA, Sylvia Constant. Gestão de Pessoas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

CAMPUS-SEDE

Rua Francisco Getúlio Vargas, 1130 - Bairro Petrópolis - CEP 95070-560 - Caxias do Sul - RS - Brasil

Ou: Caixa Postal 1352 - CEP 95020-972 - Caxias do Sul - RS - Brasil

Fone/Fax (54) 3218 2100 - www.ucs.br

Entidade Mantenedora: Fundação Universidade de Caxias do Sul - CNPJ 88.648.761/0001-03 - CGCTE 029/0089530

Código: ADM0763 Metodologia em Estudos Organizacionais

Carga Horária: 60
Créditos: 4

Ementa:

Estudo dos diferentes métodos de geração de conhecimento em Administração. Estudo das relações entre as posições epistemológicas, as teorias organizacionais e os métodos de pesquisa.

Objetivo:

Pretende-se com a disciplina oportunizar ao aluno:
- o conhecimento das diversas abordagens epistemológicas e metodológicas utilizadas na Administração;
- o desenvolvimento da habilidade na produção e na leitura de pesquisas da área da Administração.

Conteúdo Programático:

1. Aspectos introdutórios sobre o trabalho científico
2. Pesquisa no mundo organizacional
3. Métodos e técnicas de pesquisa utilizados em Administração
4. Tipologias da pesquisa em organizações
5. Aspectos formais do trabalho científico em Administração
6. Pesquisa Quantitativa
7. Pesquisa Qualitativa
8. Estrutura de um artigo científico

Bibliografia Básica:

DEMO, Pedro. Metodologia científica em ciências sociais. São Paulo: Atlas, 1995.
GONÇALVES, Hortência de Abreu. Manual de Artigos Científicos. São Paulo: Avercamp, 2004.
ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. Projetos de Estágio e de Pesquisa em Administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

Bibliografia Complementar:

AAEKER, David; KUMAR, V.; DAY, George S. Pesquisa de marketing. São Paulo: Atlas, 2001.
CLEGG, Stewart; HARDY, Cynthia; NORR, Walter R. Handbook de estudos organizacionais: modelos de análise e novas questões em estudos organizacionais. São Paulo: Atlas, 2001, Vol 1 e 2.
MALHOTRA, Naresh K. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. Porto Alegre: Bookman, 2001.
VERGARA, Sylvia C. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. São Paulo: Atlas, 1997.
YIN, Robert K. Estudo de caso: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2004.



Código: ADM0770 Administração de Operações II

Carga Horária: 60

Créditos: 4

Ementa:

Estratégias Competitivas na Gestão da Produção e das Operações. Modelo Japonês de Produção: abordagem JIT, Qualidade na Administração das Operações: CCO, PDCA, CEP. Indicadores de Desempenho na Produção. Teoria das Restrições

Objetivo:

O acadêmico deve:
 - obter uma visão sistêmica do ambiente de operações na organização, bem como da utilização das técnicas japonesas de produção e da gestão da qualidade.
 - entrar em contato com conceitos atuais a partir da evolução dos conceitos clássicos dos sistemas de produção.
 - ter condições de entender como as operações podem ser gerenciadas para atender os objetivos estratégicos das organizações, bem como criar vantagens competitivas em função disso.

Conteúdo Programático:

1. Estratégias Competitivas na Gestão da Produção e das Operações

2. Modelo Japonês de Produção

2.1 O Sistema Toyota de Produção

2.2 A lógica JIT

2.3 As Perdas de Produção

2.4 Ferramentas para Redução de Perdas

1. Autonomia - Jidoka

II. Redução de set-up

III. Poka-yokes

IV. Kanban

V. Manutenção Produtiva Total

2.5 Fornecimento JIT

2.6 A Gestão de Pessoas no Modelo Japonês

2.7 Kaizen - Melhoria Contínua

3. Qualidade na Administração das Operações

3.1 CCO - Ciclos de Controle de Qualidade

3.2 PDCA

3.3 CEP

3.4 Normas e Certificações de Qualidade

4. Indicadores de Desempenho na Produção

4.1 Cálculo e Análise de Produtividade

4.2 Eficiência Operacional

VI. Índice de Retrabalho

VII. Índice de Qualidade

VIII. Índice de Eficiência do Equipamento

5. Teoria das Restrições (TOC e OPT)

6. Comparação JIT x JIC x TOC

Bibliografia Básica:

DAVIS, Mark M., AQUILANO, Nicholas J., CHASE, Richard B. Fundamentos da Administração da Produção. 3ª edição. Porto Alegre: Bookman, 2001.

OHNO, Taiichi. O sistema Toyota de Produção - além da produção em larga escala. Porto Alegre: Bookman, 1997.

SLACK, Nigel; CHAMBERS, Stuart; JOHNSTON, Robert. Administração da Produção e operações. 8ª ed. São Paulo: Pioneira, 2002.

Bibliografia Complementar:

BLACK, J. T. O projeto da fábrica com futuro. Porto Alegre: Bookman, 1998.

CORREIA, Henrique L.; GIANESI, Irineu G. Just-in-time, MRP II e OPT. 2ª edição. São Paulo: Atlas, 1996.

GAITHER, Norman; FRAZIER, Greg. Administração da Produção e Operações. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001. 598p.

CAMPUS-SEDE

Rua Francisco Getúlio Vargas, 1130 - Bairro Petrópolis - CEP 95070-560 - Caxias do Sul - RS - Brasil

OU: Caixa Postal 1352 - CEP 95020-972 - Caxias do Sul - RS - Brasil

Fone/Fax (54) 3218 2100 - www.uces.br

Entidade Mantenedora: Fundação Universidade de Caxias do Sul - CNPJ 88.648.761/0001-03 - CGC/TE 029/0089530

GOLDRATT, Eiyahu M.; COX, Jeff. A Meta: um processo de melhoria contínua. São Paulo: Nobel, 2002.
RITZMAN, Larry P.; KRAJEWSKI, Lee J.. Administração da Produção e Operações. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004.



CAMPUS-SEDE

Rua Francisco Getúlio Vargas, 1130 - Bairro Petrópolis - CEP 95070-560 - Caxias do Sul - RS - Brasil

Ou: Caixa Postal 1352 - CEP 95020-972 - Caxias do Sul - RS - Brasil

Fone/Fax (54) 3218 2100 - www.uces.br

Entidade Mantenedora: Fundação Universidade de Caxias do Sul - CNPJ 88.648.761/0001-03 - CGCTE 029/0089530

Código: ADM0771 Empreendedorismo

Carga Horária: 60
Créditos: 4

Ementa:

Caracterização do empreendedorismo. Estudo da relação entre o profissional empreendedor e o mercado consumidor. Análise dos processos administrativos empresariais destinados à qualificação da empresa e à definição de novos negócios. Estudo a respeito do plano de negócios.

Objetivo:

Proporcionar ao aluno situações para que ele possa definir as principais características do comportamento do profissional empreendedor e desenvolver estratégias para análise de riscos e identificação de oportunidades de um novo empreendimento.

Conteúdo Programático:

1. Empreendedorismo
2. Aspectos comportamentais do empreendedor
2. Geração de ideias e criatividade
3. Inovação
4. Elaboração de plano de negócio
- 4.1 Análise mercadológica
- 4.2 Viabilidade operacional
- 4.3 Estratégia de gestão de pessoas
- 4.4 Análise financeira
5. Apresentação de plano de negócio



Bibliografia Básica:

CHIAVENATTO, Idalberto. Vamos Abrir Um Novo Negócio?. São Paulo: Makron Books, 1995.
 DOLABELA, Fernando. Oficina do Empreendedor. São paulo: Cultura, 1999.
 PORTER, Michael E.. Estratégia Competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. 26 ed. Rio de Janeiro: Campus, 1986.

Bibliografia Complementar:

BIZZOTTO, Carlos Eduardo Negro. Plano de Negócios para Empreendimentos Inovadores. São Paulo: Atlas, 2008.
 DONAIRE, Denis et al. Clusters e Redes de Negócios: uma nova visão para gestão de negócios. São Paulo, Atlas, 2008.
 DORNELAS, José C. A. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
 KOTLER, Philip. Administração de Marketing. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1998.
 MENDES, Jerônimo. Manual do Empreendedor. 1ª Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

Código: ADM0769 Finanças Corporativas II

Carga Horária: 60

Créditos: 4

Ementa:

Estudo da administração de ativos fixos e investimento de capital. Estruturação e avaliação de projetos de investimento de longo prazo. Análise da estrutura de capital e custo de capital. Conhecer as fontes de financiamento a longo prazo. Estudo sobre temas atuais relacionados ao contexto de finanças corporativas.

Objetivo:

Propiciar ao aluno base técnica para a análise de viabilidade econômica e financeira para investimento em ativos permanentes. Conhecer as estruturas de capitais das empresas e as fontes de financiamento de longo prazo.

Conteúdo Programático:

- ESTRUTURA E CUSTO DE CAPITAL

Conceitos e teorias

Capital próprio e de terceiros

Modelos de estrutura de capital

Custo de capital próprio e de terceiros

Custo médio ponderado de capital

Fontes de financiamento de longo prazo

Custo de oportunidade

Taxa mínima de atratividade

- O VALOR DO DINHEIRO NO TEMPO

Considerações sobre juros

Diagrama de fluxo de caixa

Valor futuro e presente de uma anuidade

Valor futuro e presente de um montante único

Séries mistas

Valor futuro e presente de séries de fluxo de caixa

Utilização de ferramentas financeiras

- FLUXO DE CAIXA E ORÇAMENTO DE CAPITAL

Etapas do orçamento de capital

Determinação do investimento inicial

Fluxo de caixa relevante

Fluxo de caixa incremental

Depreciação e efeito sobre os lucros

- AVALIAÇÃO DE INVESTIMENTOS DE LONGO PRAZO

Considerações sobre capital, risco e incerteza

Técnicas de análise de investimento:

Período de payback

Valor presente líquido;

Taxa interna de retorno

Critérios de Aceitação ou rejeição de um projeto

Análise de projetos com vidas diferentes

Tomada de decisão

Racionamento de capital

Análise de sensibilidade

- TOPICOS ESPECIAIS EM FINANÇAS CORPORATIVAS

Avaliação de empresas

Fusões, aquisições, alienação de investimentos

Reorganização financeira, liquidação e falência

Bibliografia Básica:

GITMAN, Lawrence J. Princípios de administração financeira. 10. ed. São Paulo: Harbra; 2005.

GROPPELLI & NIKBAKHT. Administração Financeira. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

HIRSCHFELD, Henrique. Engenharia Econômica. São Paulo: Atlas, 1998.

Bibliografia Complementar:

BODIE, Zvi; Alex Kane, Alan J. Marcus, Fundamentos de Investimentos, 3ª Edição, Bookman, Porto Alegre, 2000.



COPELAND, Tom; KOLLER, Tim; MURRIN, Jack. Avaliação de Empresas - Valuation: Calculando e gerenciando o valor das empresas. Makron Books Ltda, 3. ed. São Paulo, 2002.

HOJI, Mazakas. Administração Financeira: uma abordagem prática. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

ROSS, Stephen A, WESTERFIELD W, Randolph, JAFFE, Jeffrey F. Administração Financeira. São Paulo: Atlas, 2002.

WESTON, J. Fred; BRIGHAM, Eugene F. Fundamentos da Administração Financeira. São Paulo: Markon Books, 2000.



CAMPUS-SEDE

Rua Francisco Getúlio Vargas, 1130 - Bairro Petrópolis - CEP 95070-560 - Caxias do Sul - RS - Brasil

Ou: Caixa Postal 1352 - CEP 95020-972 - Caxias do Sul - RS - Brasil

Fone/Fax (54) 3218 2100 - www.uces.br

Entidade Mantenedora: Fundação Universidade de Caxias do Sul - CNPJ 88.648.761/0001-03 - CGCTE 029/0089630

Código: ADM0773 Gestão Estratégica

Carga Horária: 60

Créditos: 4

Ementa:

Caracterização de estratégia e planejamento. Estudo dos tipos de planejamento, ambiente e mercado. Reflexão sobre os fatores internos e externos de influência sobre as organizações. Análise dos modelos estratégicos e do diagnóstico organizacional para implantação do planejamento estratégico. Estudo dos pressupostos do planejamento estratégico: negócio, missão, princípios, visão e objetivos.

Objetivo:

Propiciar ao aluno situações de aprendizagem que permitam desenvolver competências para
 - identificar os tipos de planejamento;
 - realizar o diagnóstico estratégico, identificando os pontos fortes e fracos da organização, bem como as oportunidades e ameaças do ambiente;
 - estabelecer as macroestratégias e micropolíticas da organização, de acordo com sua postura estratégica;
 - estabelecer a interligação e hierarquização dos objetivos, desafios e metas da organização;
 - elaborar, implementar e operacionalizar o planejamento estratégico da organização.

Conteúdo Programático:

1. Conceitos de planejamento:
 - 1.1 Conceito
 - 1.2 Princípios
 - 1.3 Filosofias
 - 1.4 Tipos de planejamento:
 - 1.4.1 Estratégico, tático e operacional
2. Diagnóstico Estratégico:
 - 2.1 Componentes:
 - 2.1.1 Análise externa da organização
 - 2.1.2 Análise interna da organização
 - 2.1.3 Interação entre os fatores internos e externos da organização
3. Negócio e missão da organização:
 - 3.1 Cenários
 - 3.2 Postura estratégica da empresa
 - 3.3 Macroestratégias e micropolíticas
 - 3.4 Visão
4. Objetivos e desafios organizacionais:
 - 4.1 Diferença entre objetivos e desafios
 - 4.1.1 Importância
 - 4.1.2 Características dos objetivos e desafios
 - 4.1.3 Hierarquia dos objetivos e desafios
 - 4.1.4 Estabelecimentos de objetivos e desafios
 - 4.1.5 Lucro como objetivo
5. Estratégias empresariais:
 - 5.1 Definições de estratégias
 - 5.2 Importância das estratégias
 - 5.3 Tipos de estratégias:
 - 5.3.1 Formulação, escolha, implantação e avaliação de estratégias
 - 5.3.2 Interação entre estratégias e políticas
 - 5.3.3 Relação entre estratégias e projetos
6. Políticas organizacionais:
 - 6.1 Tipos de políticas
 - 6.2 Características das políticas
7. Projetos e planos de ação:
 - 7.1 Fases de um projeto
 - 7.2 Gerenciamento do projeto
 - 7.2.1 Técnicas de avaliação de projetos
 - 7.3 Controle e avaliação do Planejamento Estratégico
 - 7.3.1 Finalidades da função de controle e avaliação
 - 7.3.2 Informações necessárias ao controle e avaliação
 - 7.3.3 Fases do processo de avaliação e controle
 - 7.3.4 Verificação da consistência do planejamento estratégico
 - 7.3.5 Resistências do processo de controle e avaliação



Bibliografia Básica:

- BETHLEM, Agrícola. Estratégia Empresarial: conceitos, processos e administração estratégica. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2001.
- MINTZBERG, Henry. Ascensão e queda do planejamento estratégico. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas. 18. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2002.

Bibliografia Complementar:

- MONTGOMERY, Cynthia A. Estratégia: a busca da vantagem competitiva. 6. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- PAGNOCELLI, Dornizo; VASCONCELOS FILHO, Paulo de. Construindo Estratégias para Vencer. 5. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- POLIDORO, Ivan Carlos. A convergência essencial: marketing e planejamento integrados nas definições estratégicas das organizações. Caxias do Sul, RS: EDUCS, 2003.
- PORTER, Michael E. Estratégica competitiva: técnicas para análise de indústrias e concorrência. Rio de Janeiro: Campus, 1991.
- ZACCARELLI, Sérgio B. Estratégia e Sucesso nas Empresas. São Paulo: Saraiva, 2000.



Código: ADM0762 Modelagem para apoio à Tomada de Decisão

Carga Horária: 60

Créditos: 4

Ementa:

Análise da teoria da decisão. Estudo de decisões com múltiplos objetivos, em contexto determinístico ou de risco. Análise das teorias e aplicação de métodos e técnicas para auxiliar no processo de tomada de decisão.

Objetivo:

Proporcionar ao aluno situações de ensino-aprendizagem para:
 - analisar uma organização identificando a incerteza crescente, o desenvolvimento tecnológico, utilizando o pensamento sistêmico;
 - auxiliar nos processos de tomada de decisão das organizações.

Conteúdo Programático:

1. A evolução do pensamento sistêmico
- Introdução
- Teorias Sistêmicas
- Cibernética
- Computadores e cognição: impactos na sociedade
2. Dinâmica de Sistemas
- A evolução interdisciplinar
- Aprendizagem por meio de modelos dinâmicos
- Modelagem, simulação e interdisciplinaridade
3. Modelagem e Complexidade
- Processo de Tomada de Decisões
- Planejamento e Modelagem
- Compreensão um modelo
- Modelos Mentais e Modelos Computadorizados
- O valor da simplificação
- Modelos para o controle e a tomada de decisão
- Modelagem Soft e Hard
4. Tipos de Modelos e Suas Aplicações
- A importância do objetivo
- Modelos para otimização
- Modelos para simulação
- Técnicas de Pesquisa Operacional para tomada de decisão



Bibliografia Básica:

ANDRADE, Eduardo L. Introdução à Pesquisa Operacional métodos e modelos para análise de decisões, 4ª edição, 2009. Minha Biblioteca. Web. 16 July 2013 <http://online.minhabiblioteca.com.br/books/978-85-216-1919-2>.

ARENALDES, Marcos Nereu et al. Pesquisa operacional. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

HILLIER, Frederick S.; LIEBERMAN, Gerald J. Introdução à Pesquisa Operacional, 9ª Edição, 2013. Minha Biblioteca. Web. 16 July 2013. <http://online.minhabiblioteca.com.br/books/9788580551198/page/2>.

Bibliografia Complementar:

CAPRA, Fritjof. A Teia da Vida: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos. São Paulo: Cultrix, 2000.

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

COLIN, Emerson Carlos. Pesquisa operacional: 170 aplicações em estratégia, finanças, logística, produção, marketing e vendas. Rio de Janeiro: LTC, 2007.

GUTIÉRREZ, José Alfonso Delgado. Análisis Sistemico: Su aplicación a las comunidades humanas. Madrid: CIE Inversiones Editoriales, 2002.

WIENER, Norbert. Cibernética e sociedade: o uso humano dos seres humanos. 13ª edição. São Paulo: Cultrix, 197.



CAMPUS-SEDE

Rua Francisco Getúlio Vargas, 1130 - Bairro Petrópolis - CEP 95070-560 - Caxias do Sul - RS - Brasil

Ou: Caixa Postal 1352 - CEP 95020-972 - Caxias do Sul - RS - Brasil

Fone/Fax (54) 3218 2100 - www.ucs.br

Entidade Mantenedora: Fundação Universidade de Caxias do Sul - CNPJ 88.648.761/0001-03 - CGCTE 029/0089530

Código: ADM0772 Administração de Vendas

Carga Horária: 60

Créditos: 4

Ementa:

Estudo da relação entre marketing e vendas. Análise do canal de distribuição, dos clientes ABC e do potencial de mercado, dentro do contexto de vendas. Estudo sobre a organização de vendas para equipes: recrutamento, seleção, treinamento, motivação, planejamento, controle e análise de vendas. Caracterização do processo de vendas (negociação). Estudo da promoção nas vendas.

Objetivo:

Proporcionar ao aluno situações de aprendizagem para que ele possa planejar, promover e avaliar o processo de vendas no contexto da organização, caracterizando aspectos relevantes do relacionamento entre organização, vendedor e clientes.

Conteúdo Programático:

1. Introdução
- 1.1 Vendas e marketing
- 1.2 Importância da administração de vendas
- 1.3 Negociação e vendas
2. Fases das vendas
- 2.1 Pré-venda
- 2.2 Venda
- 2.3 Pós-venda
3. Gerência de vendas
- 3.1 Habilidades necessárias
- 3.2 Estilos de liderança
- 3.3 Funções básicas
4. Planejamento e controle de vendas
- 4.1 Previsão e orçamento
- 4.2 Negociação de metas
5. Dimensionamento da força de vendas
6. Estruturação da força de vendas
- 6.1 Estrutura por região
- 6.2 Estrutura por cliente
- 6.3 Estrutura por produto
7. Zoneamento /territórios de vendas
- 7.1 Aspectos da segmentação de mercado
- 7.2 Potencial de mercado e de vendas
8. Recrutamento e seleção da equipe de vendas
- 8.1 Características
- 8.2 Habilidades
9. Treinamento e desenvolvimento da força de vendas
10. Aspectos do marketing de incentivos
11. Remuneração da equipe de vendas
12. Controle da força de vendas
- 12.1 Critérios quantitativos e qualitativos
13. Promoção na atividade de vendas
- 13.1 Marketing direto
- 13.2 Telemarketing
- 13.3 Mala-direta
- 13.4 Venda eletrônica (Internet)
- 13.5 Pós-venda

Bibliografia Básica:

- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Administração de vendas. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- MOREIRA, Júlio César Tavares. Administração de vendas. São Paulo: Saraiva, 2000.
- STANTON, William J.; SPIRO, Rosann L. Administração de vendas. 10. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.



Bibliografia Complementar:

- CASTRO, Luciano Thomé e; NEVES, Marcos Fava. Administração de vendas: planejamento, estratégia e gestão. São Paulo: Atlas, 2005.
- CHURCHILL JÚNIOR, Gilbert A.; PETER, J. Paul. Marketing: criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2000.
- COBRA, Marcos. Administração de vendas. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1994.
- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. 12. ed. São Paulo: Pearson, 2006.
- OGDEN, James R. Comunicação integrada de marketing: modelo prático para um plano criativo e inovador. São Paulo: Prentice Hall, 2002.



Código: ADM075 Trabalho de Conclusão de Curso I

Carga Horária: 60
Créditos: 4

Ementa:

- Diagnóstico Organizacional
Levantamento, sistematização e análise de dados, com vistas à elaboração de um diagnóstico de uma organização selecionada. Desvelamento da realidade da organização, de forma a caracterizar seu perfil para tornar possível a apresentação de soluções alternativas e inovadoras aos problemas detectados. Identificação dos pontos fracos e fortes da área(s) focalizada(s), que servirão de base para a proposta de continuidade do estudo no TCC II.
- Novos Negócios
Proposição de um novo empreendimento. Pesquisa de dados secundários (contextualização) e primários (pesquisa de marketing) a respeito do setor do empreendimento proposto. Análise e interpretação dos resultados, base para a proposta de continuidade do estudo no TCC II.
- Tópicos Especiais
Desenvolvimento de estudos de enquadramento diverso ao diagnóstico empresarial e a proposição de novo negócio. Elaboração de pesquisa documental, pesquisa bibliográfica, pesquisa participante, história de vida, etnografia e outras metodologias no universo organizacional. Análise e interpretação dos resultados, base para a proposta de continuidade do estudo no TCC II.

Objetivo:

Conteúdo Programático:

Bibliografia Básica:

Bibliografia Complementar:



Código: ADM0778 Trabalho de Conclusão de Curso II

Carga Horária: 180
Créditos: 12

Ementa:

Realização do previsto na proposta de melhoria para a organização diagnosticada, no plano de trabalho para implantação de um novo negócio ou na continuidade do estudo classificado como tópico especial, de acordo com a escolha desenvolvida no Trabalho de Conclusão de Curso I. Apresentação em banca examinadora, de acordo com as normas da Instituição.

Objetivo:

Conteúdo Programático:

Bibliografia Básica:

Bibliografia Complementar:

