




UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL
CAMPUS CANOAS

Recredenciado pela Portaria Ministerial nº 906 de 17/08/2016 – D.O.U. de 18/08/2016
ASSOCIAÇÃO EDUCACIONAL LUTERANA DO BRASIL

DECLARAÇÃO

O Secretário Geral da Universidade Luterana do Brasil **DECLARA**, para fins de direito e a quem interessar possa que os conteúdos programáticos foram expedidos e assinados por **JULIAN VARGAS ELISBAO**.

Secretaria Geral da **ULBRA**, em Canoas/RS, aos 10 de abril de 2019.



Grazielle Pires
Secretária Acadêmica de Canoas
Universidade Luterana do Brasil - ULBRA
Portaria nº 1395/18



UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL
COMUNIDADE EVANGÉLICA LUTERANA "SÃO PAULO"
 Reconhecida pela Portaria Ministerial n.º 681 de 07/12/89 - DOU de 11/12/89

CERTIFICADO DE CONCLUSÃO

Curriculo
010527 SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM COMERCIO EXTERIOR

Habilitação

Reconhecimento
reconhecido: Portaria Nro 1.309/06 - D.O.U. DE 17/07/2006

Código/Nome
071015322-8 GISELE ZIANNI

Campus
CANOAS

Forma de Ingresso
PROUNI
01/03/2006 ENEM

66.99

Cédula de Identidade
1090534197 SJS RS

Naturalidade
GARIBALDI / RS

Situação Eleitoral
QUITE

Situação Militar

ANO/S	CÓDIGO	DISCIPLINA	GRAU	H/A	CR	ANO/S	CÓDIGO	DISCIPLINA	GRAU	H/A	CR
2007/1	885000	INTRODUÇÃO A NEGÓCIOS INTERNACIONAIS	7.90	068	04						
2008/1	990101	COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO	7.90	068	04	2008/1	302659	*GESTÃO ESTRATÉGICA	8.00	068	04
2007/2	990100	CULTURA RELIGIOSA	8.30	068	04	2008/2	302595	ADMINISTRAÇÃO DE VENDAS	7.80	068	04
2008/1	302509	GESTÃO EMPRESARIAL	8.70	068	04	2009/1	802422	*OPERACIONES FINANCEIRAS	7.70	068	04
2007/2	203598	MATEMÁTICA EMPRESARIAL	9.30	068	04	2009/1	302504	*COMERCIO EXTERIOR	7.30	068	04
2007/1	809529	GESTÃO DE PESSOAS	9.50	068	04	2009/2	303505	ESTRUTURA E ANÁLISE DE BALANÇOS	6.70	068	04
2007/1	809567	FUNDAMENTOS DA ECONOMIA	9.00	068	04	2009/2	302580	FUNDAMENTOS DE GESTÃO EM MARKETING	7.80	068	04
2007/1	303528	FUNDAMENTOS DE CONTABILIDADE	7.00	068	04						
2008/2	302585	SISTEMAS DE INFORMACIONES GERENCIAIS	7.30	068	04						
2007/2	885001	MARKETING CORPORATIVO	7.80	068	04						
2009/1	883044	EMPREENDEDORISMO E PLANEJAMENTO	ISEN	068	04	2008/1	302659	GESTÃO ESTRATÉGICA	ISENTOU A	883044	
2007/2	885002	LEGISLAÇÃO INTERNACIONAL	8.00	068	04	2007/2	203580	ESTATÍSTICA	ISENTOU A	900506	
2008/1	909506	OPTATIVA	ISEN	068	04	2009/1	302504	COMERCIO EXTERIOR	ISENTOU A	302670	
2007/1	885003	DIREITO COMERCIAL	8.20	068	04	2008/1	800527	RELAÇÕES TRABALHISTAS E SINDICAIS	ISENTOU A	305059	
2008/2	809582	RELAÇÕES INTERNACIONAIS	6.70	068	04	2009/1	802422	OPERACIONES FINANCEIRAS	ISENTOU A	885004	
2007/2	809981	SISTEMA FINANCEIRO NACIONAL	DEZ	068	04						
2009/2	302670	DINÂMICA DO MERCADO EXTERNO	ISEN	068	04						
2009/1	305059	INSTITUIÇÕES POLÍTICAS E SISTEMAS DE GOVERNO	ISEN	068	04						
2008/2	809978	CAMBIO, EXPORTAÇÃO E IMPORTAÇÃO	6.70	068	04						
2008/1	809576	GESTÃO LOGÍSTICA INTERNACIONAL	8.60	068	04						
2008/1	302589	MARKETING INTERNACIONAL	9.70	068	04						
2009/1	801530	ECONOMIA INTERNACIONAL E INTEGRAÇÃO ECONÔMICA	9.10	068	04						
2009/2	885004	FINANÇAS CORPORATIVAS INTERNACIONAIS	ISEN	068	04						
2008/2	809585	ESTRATÉGIAS EMPRESARIAIS INTERNACIONAIS	8.00	068	04						
2009/2	885005	PROJETO TECNOLÓGICO - COMERCIO EXTERIOR	7.00	068	04						
		DISCIPLINAS OPTATIVAS OU ÊNEFASIS CURSADAS NO CURRÍCULO									
2007/2	203580	ESTATÍSTICA	8.80	068	04						
2008/1	809527	RELAÇÕES TRABALHISTAS E SINDICAIS	8.00	068	04						

Convenções: APRO - Aprovado; CURS - Cursado; DISP - Dispensado; REPR - Rep. por Falta; ISEN - Isento por Equivalência Interna; DEZ - Corresponde a Grau Final 10.0

Observações:

Período Ano/1 Normal (Mar/Jul) : Total de Horas Aula : 1700
 Período Ano/2 Normal (Ago/Dez) : Total de Créditos : 100
 Período Ano/3 Intensivo Verão : Coef. de Desempenho : 8.100
 Período Ano/4 Intensivo Inverno : Conclusão do Curso : 23/12/2009
 Colação de Grau : 27/05/2010
 Página Número : 1
 Grau Mínimo para aprovação: 6.00

Canoa, 27 de Maio de 2010.
 Silvia Maria H. Delvan
 Secretária Geral - Adjunta
 Portaria Nº 1.024/2000

Avenida Farroupilha, 8.001 - CEP 92425-900 - Canoas - RS - Cx.: 124 - Fax (51) 3477.1313 - Fone (51) 3477.4000 - E-Mail: ulbracanoas@ulbra.br



UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL
COMUNIDADE EVANGÉLICA LUTERANA "SÃO PAULO"
 Reconhecida pela Portaria Ministerial n.º 681 de 07/12/89 - DOU de 11/12/89

CERTIFICADO DE CONCLUSÃO

Curriculo 010527 SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM COMERCIO EXTERIOR
 Habilitação
 Reconhecimento reconhecido: Portaria Nro 1.309/06 - D.O.U. DE 17/07/2006

Código/Nome
 071015322-8 GISELE ZIANNI
 Campus CANOAS
 Forma de Ingresso PROUNI
 01/03/2006 ENEM
 66.99

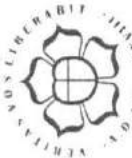
Cédula de Identidade 1090534197 SJS RS
 Naturalidade GARIBALDI / RS
 Situação Eleitoral QUITA
 Situação Militar

ANO/S	CÓDIGO DISCIPLINA	GRAU H/A CR	ANO/S	CÓDIGO DISCIPLINA	GRAU H/A CR
2	ANALISTA DE POLÍTICAS INTERNACIONAIS - DESENVOLVER ATIVIDADES EM ORGANIZAÇÕES DE ÂMBITO INTERNACIONAL PÚBLICAS OU PRIVADAS - SER ANALISTA EM EMPRESAS PÚBLICAS E PRIVADAS, NACIONAIS E INTERNACIONAIS DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E REGIONAL, DE EMPRESAS MULTINACIONAIS DO RAMO DE EXPORTAÇÃO E IMPORTAÇÃO, DE ASSESSORIA PARA ASSUNTOS INTERNACIONAIS E ESCRITÓRIOS DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL. - TER VISÃO GLOBAL QUE LHE PERMITA COMPREENDER O MEIO ONDE ESTÁ INSERIDO E TOMAR DECISÕES;	GRAU H/A CR	ANO/S	CÓDIGO DISCIPLINA	GRAU H/A CR
3	ANALISTA DE COMÉRCIO INTERNACIONAL - COLETAR, ORGANIZAR E ANALISAR DADOS RELEVANTES PARA AS ATIVIDADES NA ÁREA DE NEGÓCIOS INTERNACIONAIS; - DESENVOLVER VISÃO PROFISSIONAL ATUALIZADA PARA EXECUTAR PLANEJAMENTO, PESQUISA, ANÁLISES E PROJETOS NAS DIVERSAS ÁREAS DO COMÉRCIO INTERNACIONAL; - APLICAR A LEGISLAÇÃO ESPECÍFICA NOS NEGÓCIOS INTERNACIONAIS.	GRAU H/A CR	ANO/S	CÓDIGO DISCIPLINA	GRAU H/A CR
4	CONSULTOR DE NEGÓCIOS INTERNACIONAIS - ATUAR EM EQUIPES MULTIDISCIPLINARES, INTERAGINDO COM PROFISSIONAIS DE OUTRAS ÁREAS; - RESOLVER QUESTÕES GERENCIAIS E ADMINISTRATIVAS; - TER CAPACIDADE DE COMPRENSÃO DA NECESSIDADE DO CONTÍNUO APERFEIÇOAMENTO PROFISSIONAL - TER A COMPRENSÃO DE SUA RELAÇÃO COM DEUS E SEUS SEMELHANTES, MANTENDO A CONDUITA E O BOM RELACIONAMENTO COM A SOCIEDADE. - DEMONSTRAR ESPÍRITO EMPREENDEDOR, TENDO A INICIATIVA PARA NOVAS OPORTUNIDADES COM LIDERANÇA, PROPORCIONANDO UM CLIMA SAUDÁVEL NAS ORGANIZAÇÕES. - PERCEBER O SER HUMANO EM SUA DIMENSÃO ESPIRITUAL, VALORIZANDO SUA RELAÇÃO COM DEUS E COM SEUS SEMELHANTES.	GRAU H/A CR	ANO/S	CÓDIGO DISCIPLINA	GRAU H/A CR

Convenções: APRO - Aprovado CURS - Cursando DISP - Dispensado REFF - Rep. por Falta ISDN - Isento por Equivalência Interna DES - Corresponde a Grau Final 10.0	TRAN - Trancamento CMC - Cancelamento KCOM - Não Compareceu REPR - Reprovado DES - Corresponde a Grau Final 10.0	Período Ano/1 Normal (Mar/Jul) Período Ano/2 Normal (Ago/Dez) Período Ano/3 Intensivo Verão Período Ano/4 Intensivo Inverno	Total de Horas Aula : 1700 Total de Créditos : 100 Coef. de Desempenho : 8.100 Conclusão do Curso : 23/12/2009 Coleção de Grau : 27/05/2010 Página Número : 2 Grau Mínimo para aprovação: 6.00
---	--	--	--

Canoas, 27 de Maio de 2010.

 Silvana Maria H. Delvan
 Secretária Geral - Adjunta
 Portaria N.º 1.024/2000



UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL
 Associação Educacional Luterana do Brasil - AELBRA
 Recredenciada pela Portaria Ministerial nº 906 de 17/08/2016 - D.O.U. de 18/08/2016

ULBRA

CERTIFICADO DE CONCLUSÃO

Código/Nome: 071015322-8 GISELE ZIANNI

Cédula de Identidade
 1090534197 RS

Naturalidade
 GARIBALDI / RS

Campus
 CANOAS

Reconhecimento
 reconhecido: Portaria Nro 1.309/06 - D.O.U. DE 17/07/2006

Forma de Ingresso
 PROUNI
 01/03/2006 ENEM

Classificação Concurso: 1
 66,99

GRAU H/A CR

ANO/S CÓDIGO DISCIPLINA

GRAU H/A CR

ANO/S CÓDIGO DISCIPLINA

1 ANALISTA DE COMÉRCIO INTERNACIONAL
 - COLETTAR, ORGANIZAR E ANALISAR DADOS RELEVANTES PARA AS ATIVIDADES NA ÁREA DE NEGÓCIOS INTERNACIONAIS;
 - DESENVOLVER VISÃO PROFISSIONAL ATUALIZADA PARA EXECUTAR PLANEJAMENTO, PESQUISA, ANÁLISES E PROJETOS NAS DIVERSAS ÁREAS DO COMÉRCIO INTERNACIONAL;
 - APLICAR A LEGISLAÇÃO ESPECÍFICA NOS NEGÓCIOS INTERNACIONAIS.

1 ASSISTENTE DE GESTÃO DE NEGÓCIOS
 - SER ASSISTENTE NAS ÁREAS BÁSICAS DE MARKETING E LOGÍSTICA;
 - IDENTIFICAR E INTERPRETAR FATOS RELACIONADOS À CIÊNCIA POLÍTICA
 - CONHECER E INTERPRETAR A REALIDADE ECONÔMICA.

1 ANALISTA DE POLÍTICAS INTERNACIONAIS
 - DESENVOLVER ATIVIDADES EM ORGANIZAÇÕES DE ÂMBITO INTERNACIONAL PÚBLICAS OU PRIVADAS
 - SER ANALISTA EM EMPRESAS PÚBLICAS E PRIVADAS, NACIONAIS E INTERNACIONAIS DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E REGIONAL, DE EMPRESAS MULTINACIONAIS DO RAMO DE EXPORTAÇÃO E IMPORTAÇÃO, DE AGENCIAS PARA ASSUNTOS INTERNACIONAIS E ESCRITÓRIOS DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL.
 - TER VISÃO GLOBAL QUE LHE PERMITA COMPREENDER O MEIO ONDE ESTÁ INSERIDO E TOMAR DECISÕES;

Convenções:	AFRI - Aprovado 0182 - Curacão 0183 - Despedida 2222 - Bep. por Faltas - Recusado 3333 - Faltas por Estabilidade - Recusa 5555 - Correspondência a 01x01/01x01/01x01	2003 - TENDÊNCIAS 2004 - CAPS/LEMBRAS 2005 - Vixi Campesino 2006 - Vixi Campesino 2007 - Recusado	Período Ano/1 Normal (Mar/Jul) Período Ano/2 Normal (Ago/Dez) Período Ano/3 Intensivo Verão Período Ano/4 Intensivo Inverno	Tabela de Horas Aula 100 100 3.100 23/11/2009 27/05/2010 Pessoa Usuário Usuário: Membro para ADMINISTRAÇÃO
-------------	---	---	--	---

Canoas, 27 de Maio de 2010.

Grazielle Pires
 Secretária Acadêmica de Canoas
 Universidade Luterana do Brasil - ULBRA
 Portaria nº 1395/12



UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL

ULBRA

CENTRO DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA

CURSO(S):

DISCIPLINA: Direito Comercial

H/A: 68

ANO/SEM.: 2007/1

Nº: 885003

PLANO DE ENSINO

1. **COMPETÊNCIAS:**

Interpretar e conhecer as normas de comércio e seu contexto dentro do mundo contemporâneo, bem como estudar as regras de direito comercial internacional e sua aplicabilidade e eficácia.

2. **HABILIDADES:**

Utilizar os instrumentos legais mais eficazes que possibilitem um bom fluxo do comércio internacional. Manipular eventuais problemas procedimentais que ocorrem nas rotinas do comércio internacional, e apresentar sugestões para a adequada solução.

3. **BASES TECNOLÓGICAS (EMENTA):**

Noções de direito internacional e de direito comercial internacional, estudando os conceitos, ramos do direito, fontes de estudo, jurisprudências, doutrinas e bases legais em uso.

Contextualização da disciplina frente ao mercado comercial internacional.



Bases legais e doutrinárias para interpretação e elaboração de contratos internacionais.

Os instrumentos do direito comercial internacional.

Estudo das Organizações (nacionais e internacionais) que se envolvam nos processos e procedimentos do comércio internacional.

Estudos das normas internacionais voltadas para os negócios, com ênfase em procedimentos cabíveis em várias momentos, inclusive no caso de indenizações por danos ocorridos.

Estudo de legislação aplicada a solução de controvérsias, arbitragem nacional e internacional.

Estudo de estratégias para realizar negócios reduzindo os riscos inerentes, bem como estudo de garantias para os contratos internacionais.

4. **BIBLIOGRAFIA BÁSICA (TÍTULOS, PERIÓDICOS, ETC):**

BÁSICA

ACCIOLY, Hildebrando. Manual de Direito Internacional Público. São Paulo, Saraiva:2002.

RANGEL, Vicente M.. Direito e Relações Internacionais. São Paulo, RT, 2002.

REZEK, José Francisc. Direito Internacional Público. Curitiba, Lumen Juris, 2002.

COMPLEMENTAR

BASSO, Maristela. Contratos Internacionais do Comércio. Porto Alegre, Fabris, 2002.

CASTRO, Amilcar de. Direito Internacional do Comércio. Rio de Janeiro, Forense, 1998.

FAZIO, Sivia. Os Contratos Internacionais na União Européia e no Mercosul. São Paulo, LTR, 1998.





UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL
CENTRO DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA

CURSO(S): Gestão de Negócios Internacionais
DISCIPLINA: Fundamentos da Economia

ANO/SEM.: 2007/1
Nº: 800567 **H/A:** 68

PLANO DE ENSINO

COMPETÊNCIAS: Identificar os fatos econômicos e compreender o funcionamento das economias de mercado, do ponto de vista da Ciência Econômica.

HABILIDADES: Compreender os principais aspectos da realidade econômica e conhecer o mercado de bens e serviços, de fatores, monetário e cambial, entre outros, do ponto de vista da teoria micro e macroeconômica atual

BASES TECNOLÓGICAS (EMENTA): Introdução geral às Ciências Econômicas. A organização e o funcionamento das economias de mercado. As principais leis e teorias econômicas. As principais questões macro e microeconômicas da atualidade

METODOLOGIA DE ENSINO: O conhecimento dos temas será construído através de aulas expositivas e exercícios de método, abordando aspectos teóricos e práticos da economia brasileira e internacional, tendo em vista a diversidade de cursos dos alunos participantes da disciplina.

AVALIAÇÃO: A avaliação será efetuada através de provas de G1 e G2, conforme o calendário, além da participação em aula e de trabalhos de pesquisa opcionais a serem desenvolvidos no decorrer do semestre.

PROGRAMA DA DISCIPLINA:

1. Introdução
 - 1.1 Objeto da Ciência Econômica: a lei da escassez.
 - 1.2 Métodos de investigação da Ciência Econômica.
 - 1.3 Problemas econômicos básicos: curva de transformação e LRD.
 - 1.4 O problema da organização econômica.
2. Noções de Microeconomia
 - 2.1 Considerações Gerais: a teoria do consumidor.
 - 2.2 O funcionamento do mercado: oferta e demanda.
 - 2.3 A teoria da firma e os custos de produção.
 - 2.4 As estruturas básicas de mercado.
3. Noções de Macroeconomia



- 3.1 Medidas da atividade econômica: PIB e renda.
 - 3.2 A teoria da determinação da renda de equilíbrio.
 - 3.3 Teoria monetária e inflação.
 - 3.4 Noções de Comércio Internacional e de Desenvolvimento Econômico.
4. Economia e a gestão empresarial

CRONOGRAMA	CONTEÚDO DA DISCIPLINA
1ª aula	Apresentação da disciplina. O objeto e os métodos da Ciência Econômica: a lei da escassez e os problemas fundamentais.
2ª aula	As formas de organização econômica da sociedade. As economias de mercado: os fluxos econômicos fundamentais.
3ª aula	A fase atual da Ciência Econômica
4ª aula	Noções de Microeconomia. O mercado e a formação dos preços. As leis da oferta e da demanda. O equilíbrio do mercado.
5ª aula	Funcionamento do mercado e elasticidade. Equilíbrio do consumidor.
6ª aula	A teoria da produção, dos custos de produção e a maximização dos lucros.
7ª aula	As principais estruturas de mercado: características gerais.
8ª aula	Microeconomia Análise de preços e Mercado
9ª aula	.G-1
10ª aula	Noções de Macroeconomia. As medidas da atividade econômica
11ª aula	A teoria da determinação da renda de equilíbrio As condições gerais do equilíbrio macroeconômico: principais variáveis.
12ª aula	As políticas de administração da demanda: fiscal e monetária.
13ª aula	A história da moeda. A teoria monetária Oferta e demanda de moeda.
14ª aula	O fenômeno da inflação: conceito e causas; monetarismo e estruturalismo.
15ª aula	O comércio Internacional: teorias e Balança de Pagamentos..
16ª aula	O desenvolvimento Econômico: principais indicadores
17ª aula	Verificação de Grau 2
18ª aula	Substituição de Grau 1 e 2

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica:

- VASCONCELLOS, M. A. *Fundamentos de Economia*. São Paulo: Saraiva, 2ª ed. 2004.
- PINHO, D.B. & VASCONCELOS, M.A.(Orgs.). *Manual de Economia*, 4ª ed. São Paulo: Saraiva, 2003.
- ROSSETTI, José P.. *Introdução à Economia*. São Paulo: Atlas, 2000.

Bibliografia Complementar:

- MANKIW, N. G. *Introdução a Economia*. Princípios de Micro e macroeconomia. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- OCHON F. & TROSTER, R. L. *Introdução à Economia*. São Paulo: Makron Books, 2002.
- SINGER, Paul. *Aprender Economia*. São Paulo: Brasiliense, 1994.





UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL - ULBRA

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Plano de Ensino

1) IDENTIFICAÇÃO	
Disciplina: Fundamentos de Contabilidade	Código: 303528
Eixo de Formação: Básica	Caráter: obrigatório
Período: 2007/1	Nº de créditos: 04
Carga horária: 68 horas	
2) EMENTA: OBJETO DE APRENDIZAGEM	
Iniciação ao estudo da contabilidade. Conceitos básicos de patrimônio, gestão, plano de contas. Princípios Fundamentais de Contabilidade. Escrituração e elaboração de Balancete de Verificação. Demonstração do Resultado do Exercício e Balanço Patrimonial.	
3) OBJETIVOS DA DISCIPLINA	
GERAL: Propiciar ao aluno conhecimentos básicos de contabilidade necessários ao seu desenvolvimento acadêmico e profissional.	
ESPECÍFICOS: - Desenvolver com o aluno conhecimentos teóricos e práticos básicos de contabilidade; - Capacitar o aluno para a elaboração do balancete de verificação, Demonstração do Resultado do Exercício e Balanço Patrimonial.	
4) CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
4.1 CONTABILIDADE - Conceito, objeto e fins. Estudo do patrimônio: bens, capital e patrimônio. Noção de coisa, bem e riqueza. Disposição gráfica dos componentes patrimoniais. Representação gráfica do patrimônio.	
4.2 PATRIMÔNIO - Aspectos qualitativo e quantitativo do patrimônio. Os investimentos patrimoniais e as fontes de recursos. Princípios Fundamentais de Contabilidade. Resolução CFC n. 750/93.	
4.3 INVENTÁRIO: Conceitos. Avaliação patrimonial: estoques e outros bens preço médio, preço específico, LIFO/UEPS; FIFO/PEPS. Exercícios Aplicativos.	
4.4 DEPRECIACÃO - Conceitos, bens depreciáveis, vida útil, quotas de depreciação. Idem Amortização e Exaustão.	
4.5 GESTÃO: Receita (ingresso), gasto (custo/despesa) e resultado. Exercício contábil e período administrativo. Princípios e regimes contábeis: regime de competência e regime de caixa. Conceitos e exemplos práticos. Diferenciação entre entidades com fins lucrativos e sem fins lucrativos.	
4.6 PLANO DE CONTAS: conceito e estrutura básica; contas: conceito e classificação.	
4.7 INTRODUÇÃO A ESCRITURAÇÃO: noções básicas	
4.8 BALANCETE DE VERIFICAÇÃO: conceitos, elementos essenciais.	
4.9 BALANÇO PATRIMONIAL: Ativo Passivo e Patrimônio Líquido, conceitos e estruturação.	
4.10 DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO: conceitos e estruturação.	
4.11 EXERCÍCIOS PRÁTICOS	



5) BIBLIOGRAFIA

Básica:

FRANCO, Hilário. *Contabilidade geral*. São Paulo: Atlas, 23ª ed, 1997.

REIS, Arnaldo Carlos de Resende. *Demonstrações Contábeis: estrutura e análise*. São Paulo: Saraiva, 2003.

STEYER, Jorge; BITARELLO, Jucelaine; STUKER, Osmar Guilherme; FERNANDES, Valmira Trapp. *Fundamentos de Contabilidade*. Cadernos Universitários, Canoas: ULBRA, 2005.

Complementar:

EQUIPE DE PROFESSORES DA FEA-USP. *Contabilidade introdutória*. São Paulo: Atlas, 9ª ed, 1998.

GRECO, Alvíso Lahorgue; AREND, Lauro. *Contabilidade: teoria e prática básicas*. Porto Alegre: Sagra-Luzatto, 7ª ed, 1997.

MARION, José Carlos. *Contabilidade básica*. São Paulo: Atlas, 6ª ed, 1998.

RIBEIRO, Osni de Moura. *Contabilidade básica fácil*. São Paulo: Saraiva, 1997.

CLÁSSICOS

VIANNA, Cibilis da Rocha. *Teoria geral da contabilidade*. Vol. I e II. Porto Alegre: Sulina, 7ª ed, 1979.

6) AVALIAÇÃO: INSTRUMENTOS E CRITÉRIOS

Para os bimestres a avaliação constará de questões objetivas (dissertativas) e práticas, sendo que na parte prática poderão ser solicitados trabalhos com avaliação de até 02 pontos.

O sistema de avaliação será composto de Grau um (G1) com conteúdos do primeiro bimestre e Grau dois (G2) com conteúdos cumulativos, ou seja, de todo o semestre. O Grau um (G1) terá peso 1 (um) e o Grau dois (G2) terá peso 2 (dois). Terá aprovação, o aluno que alcançar, na média ponderada entre os Graus G1 e G2, nota igual ou superior a 6 (seis). Não obtendo a média 6 (seis) terá direito a substituição de um dos graus com prova cumulativa, e com peso igual, ao do grau substituído.

7) METODOLOGIA DE ENSINO

As aulas serão dialogadas e/ou expositivas utilizando-se como recurso didático o quadro de giz, exposição de quadros resumo e outros instrumentos; utilização de exercícios práticos elaborados pelos alunos e acompanhados pelo professor, objetivando relacionar à teoria à prática empresarial.





UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL

**ÁREA DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS APLICADAS
CURSOS SUPERIORES DE TECNOLOGIA**

CURSO: TECNOLOGIA EM LOGÍSTICA
DISCIPLINA: Gestão de Pessoas
Cód:800529

ANO / SEMESTRE: 2007/1
CRÉDITOS: 04
C / H TOTAL: 68

PLANO DE ENSINO-APRENDIZAGEM

1. EMENTA

Conceitos de administração de Recursos Humanos e sua evolução nas organizações. Os sistemas da administração e gestão das pessoas, dos relacionamentos. O estudo dos subsistemas de Administração de Recursos Humanos.

2. ABORDAGENS TEMÁTICAS

- * Desenvolver as atividades específicas à área no mercado de trabalho com uma visão local e global;
- * Analisar os resultados com investimentos em pessoal;
- * Conscientizar para a importância de treinamentos e desenvolvimentos nas organizações;
- * Desenvolver os conhecimentos teóricos em realidade na vivência prática;
- * Efetuar a análise para a necessidade de treinamento dos funcionários nas organizações;
- * Organizar Fórum, Seminários e Eventos relacionados com a área de Recursos Humanos;

3. BIBLIOGRAFIA BÁSICA;

CHIAVENATO, Idalberto. Recursos Humanos, Edição Compacta, São Paulo, Atlas, 2000.
CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de Pessoas: Novo Papel dos Recursos Humanos nas Organizações. 2ª ed. Rio de Janeiro, Campus, 2002.
BOHLANDER, George, Shell, Scott; Schermann, Arthur. Administração de Recursos Humanos, 1ª ed. São Paulo, Thomson, 2003.

4. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

VERGARA, Sylvia Constant. Gestão de Pessoas. 3ª ed. São Paulo, Atlas, 2003.
DUTRA, Joel Souza. Gestão de Pessoas: Modelo, processos, tendências e perspectivas. São Paulo: Atlas, 2002, 2ª ed.
CHIAVENATO, Idalberto. Treinamento e Desenvolvimento de Recursos Humanos. Como Incrementar Talentos na Empresa. São Paulo: Atlas, 2003, 3ª ed.



5. LEITURAS DE APOIO:

- Melhor Vida & Trabalho
- Você S.A.
- Crescer Psicologia
- Revista Brasileira de Administração
- Executiva
- Zero Hora – Caderno de empregos
- www.rh.com.br
- www.consultores.com.br
- www.empreendedorocial.org.br
- www.rhcentral.com.br
- www.canalrh.com.br
- www.periodicos.capes.gov.br
- www.sebrae.com.br



Ciências Humanas e Sociais Aplicadas	
	ANO / SEM: 2007/1
DISCIPLINA: Introdução a Negócios Internacionais CÓDIGO: 885000	CRÉDITOS: 4 C / H TOTAL: 68
PLANO DE ENSINO-APRENDIZAGEM	
1. EMENTA	
<p>A origem das trocas internacionais e o ouro como padrão de trocas. Visão global introdutória do processo econômico brasileiro. Análise do Capitalismo, sua origem, desenvolvimento, estratégias de dominação e estágio atual, contexto de interesses no qual o Brasil historicamente está vinculado. As fases do comércio exterior brasileiro. Introdução ao novo método de produção: A terceirização global – convergência de tecnologias e acontecimentos atuais que permitiram a alguns países ingressarem na cadeia global de fornecimento de serviços e produtos. Ferramentas de análise de dados.</p>	
2. OBJETIVOS	
2.1 DO CURSO	
<p>O Curso Superior de Tecnologia em Comércio Exterior tem por objetivo principal formar recursos humanos qualificados para atuar em qualquer cenário ou organização de natureza política, econômica e cultural relacionados aos negócios internacionais e ao comércio exterior. O curso tem como objetivos específicos capacitar os alunos para o uso de modernos instrumentos relativos aos processos de planejamento, gestão e controle de empresas; para utilizar o instrumental necessário para monitorar e gerenciar os fenômenos da globalização e a integração econômica e dos fluxos comerciais e financeiros internacionais; para proporcionar o conhecimento e o manejo de técnicas de negociação e estratégia empresarial voltados para o mercado internacional.</p>	
2.2 DA DISCIPLINA:	



2.2.1 GERAL: Proporcionar ao aluno ter a noção histórica das relações de troca entre nações. Conhecer os principais momentos e eventos ocorridos no País e suas respectivas influências no comércio exterior brasileiro. A partir da fundamentação histórica, oportunizar compreender o estágio atual da tendência de liberalização governamental nas regulamentações das trocas internacionais do Brasil com o restante do mundo. Ensinar o discente a utilizar as principais bases de dados de importação e exportação brasileira disponíveis (alicesweb, ipeadata e braziltradenet), permitindo-lhe ter a capacidade de analisar e fazer previsões no âmbito profissional.

2.2.2 ESPECÍFICO(S):

- Entender as origens das trocas internacionais, o poder que o ouro exerceu no desenvolvimento da humanidade e conhecer a transição para o Dólar como padrão internacional.
- Proporcionar aos alunos uma apresentação ampla e crítica da conjuntura econômica brasileira, com ênfase no histórico do comércio exterior brasileiro
- Compreender a atual situação econômica mundial.
- Fornecer as bases para analisar criticamente as políticas de desenvolvimento econômico brasileiro.
- Habilitar o aluno a traçar metas de longo prazo na esfera profissional.
- Fundamentar os temas que serão desenvolvidos nas disciplinas subseqüentes.

3. ABORDAGENS TEMÁTICAS

O poder do ouro e a sua relação com as trocas internacionais. A fase primário-exportadora (1500-1930), a fase de substituição de importações (1930-1964), a fase de desenvolvimento associado e dependente (1964-1990) e a fase de inserção (1990 - atual). O Plano de Metas, a abertura do País ao capital estrangeiro e o sonho político de transformar o Brasil em potência mundial emergente. Desenvolvimento econômico e social sustentado. A internet e sua potencialidade para atrair negócios internacionais mais rapidamente.

4. AULA : As aulas serão os desdobramentos das abordagens temáticas em cada encontro conforme o calendário acadêmico vigente.



1	Aula inaugural. Apresentação do docente e do corpo discente. Conhecer a disciplina e o conteúdo programático a ser desenvolvido e a bibliografia. Designação das datas de avaliações e demais trabalhos acadêmicos. Início do conteúdo: A origem das trocas internacionais, o interesse pelo ouro, o comércio e a dependência do dinheiro; o capitalismo.
2	As explorações Portuguesas e a descoberta da América: a busca por ouro. O comércio Europa x Oriente.
3	O padrão Ouro como sustentáculo das economias.
4	O padrão Ouro e a transição para o padrão Dólar.
5	A fase primário-exportadora brasileira. O projeto de Portugal na América. Os ciclos e sub-ciclos econômicos. Dependência econômica e social.
6	A ordem econômica Internacional no pós-guerra (o encontro de Bretton Woods, FMI, BIRD e GATT/OMC). A estratégia das corporações transnacionais.
7	Revisão dos conteúdos desenvolvidos.
8	Avaliação de G1. Divulgação dos resultados pela Internet em 48 horas.
9	Devolução das avaliações de G1. Revisão dos conteúdos com a resolução das dúvidas trazidas pelos alunos.
10	A fase de substituição de importações brasileira (1930-1964). O cenário Mundial e o quadro político brasileiro. A decolagem do processo de industrialização e suas fases. A abertura da economia ao capital estrangeiro.
11	O desenvolvimento associado e dependente (1964-1990). Pensamento militar e suas características. Programa de estabilização econômica – a ajuda externa. O milagre brasileiro e o projeto Brasil-potência. A crise dos anos 80.
12	A fase de inserção (1990 - atual). Governo Collor e a estratégia Neoliberal. O governo Itamar Franco. O governo de Fernando Henrique Cardoso e o Plano Real.
13	A Internet e a planificação do mundo. Os países em desenvolvimento, as empresas e o mundo plano.
14	Análise de dados estatísticos. Introdução aos sistemas ALICEWEB, IPEADATA e Sistemas disponíveis no site Braziltradenet..



15	Entrega de trabalho individual e revisão dos conteúdos desenvolvidos.
16	Avaliação de G2. Divulgação dos resultados pela Internet em 48 horas.
17	Revisão dos conteúdos desenvolvidos com as dúvidas trazidas pelos alunos.
18	Avaliação de substituição de grau.
19	Atividades não presenciais
20	Atividades não presenciais

5. ORGANIZAÇÃO METODOLÓGICA

Aulas expositivo-dialogadas. Seminários a partir de leituras prévias de forma a construir o conhecimento pelos próprios discentes. Haverá aulas em que serão propostas elaboração de trabalhos individuais ou em grupo. Serão ministrados exercícios de aplicação dos conteúdos onde serão promovidos debates entre grupos.

6. PROCESSOS AVALIATIVOS

O processo de avaliação se dará de forma contínua. Critérios como assiduidade, pontualidade, comprometimento e participação em sala de aula através de manifestações orais, individuais ou em grupo, durante os debates ou seminários serão considerados pelo professor. Entregar trabalhos dentro dos prazos previstos, redação e organização de idéias farão parte integrante.

Instrumentos de avaliação:

G1 – Avaliação contendo questões objetivas e dissertativas a ser realizada de forma individual valendo 0 a 6 pontos.

Serão realizados trabalhos de pesquisa relacionados aos temas desenvolvidos em grupos de no máximo cinco alunos que serão apresentados em forma de seminários valendo 0 a 4 pontos.



G2 – Avaliação contendo questões objetivas e assertativas. Os alunos poderão fazer consultas a resumos escritos de próprio punho de, no máximo duas folhas frente e verso. Não serão aceitas cópias xerox de qualquer natureza.

Serão realizados trabalhos de pesquisa individuais nos sistemas de informações propostos que serão entregues ao professor, de forma individual, e que valerão 0 a 4 pontos

A substituição de grau G1 ou G2 será composta de uma prova contendo questões objetivas, assertativas e dissertativas, onde será verificado o entendimento de todo o conteúdo proposto durante o semestre.

7. BIBLIOGRAFIA BÁSICA

Bernstein, Peter L. **O poder do ouro**. Rio de Janeiro : Campus, 2001

Brum, Argemiro J. **Desenvolvimento Econômico Brasileiro**. Ijuí: Editora Unijuí, 1999.

Friedman, Thomas L. **O Mundo é plano: Uma breve história do século XXI**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2005.

8. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

Seitenfus, Ricardo A.S. / Albuquerque, Jose Augusto Guilhon / Castro, Sergio Henrique Nabuco De. **Sessenta Anos De Política Externa Brasileira, V.1** . Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2006.

Vizentini, Paulo Fagundes. **Relações Internacionais do Brasil - De Vargas a Lula**. São Paulo: Perseu Abramo, 2005.

Lafer, Celso. **Identidade internacional do Brasil e política externa brasileira**. São Paulo: Perspectiva, 2004.

Marinho, Henrique Jorge Medeiros. **Política Cambial Brasileira**. São Paulo: Aduaneiras, 2003.



Vieira, Aquiles. **Teoria e Prática Cambial: exportação e importação**. São Paulo: Lex editora, 2005.

Moraes, Orozimbo José de. **Investimento Direto Estrangeiro no Brasil**. São Paulo: Aduaneiras, 2002.

Machado, Marcilio R. **Tecnologia da informação e competitividade das trading companies**. São Paulo: Lex editora, 2005.

9.Outras Leituras Recomendadas

www.desenvolvimento.gov.br

www.bcb.gov.br – RMCCI – Regulamento do Mercado de Câmbio e Capitais Internacionais.

www.ipeadata.gov.br

Gazeta Mercantil

Valor Econômico

Revista Brasileira de Comércio Exterior - RBCE





UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL

ÁREA DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

TODOS OS CURSOS	ANO/SEMESTRE: 2007/2
DISCIPLINA: CULTURA RELIGIOSA	Créditos: 04
CÓDIGO: 990100	C/H TOTAL: 68

PLANO DE ENSINO-APRENDIZAGEM

EMENTA

O fenômeno religioso, sua importância e implicações na formação do ser humano e da sociedade, através das principais religiões universais numa reflexão crítica dos valores humanos, sociais, éticos e espirituais.

PROGRAMA

- O FENÔMENO RELIGIOSO
- AS GRANDES RELIGIÕES NO MUNDO
- O CRISTIANISMO
- A IGREJA CRISTÃ PRIMITIVA ATÉ A REFORMA
- A IGREJA LUTERANA E A EDUCAÇÃO
- A ÉTICA SOCIAL CRISTÃ

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KUCHENBECKER, Walter (org.) **O Homem e o Sagrado**. 8.ed. Canoas: Ed. da ULBRA, 2004.

GAARDER, J. NOTAKER, H. HELLERN, V. **O Livro das Religiões**. São Paulo: Cia das Letras, 2000.

HEIMANN, L. (Coordenador) **ULBRA, Universidade Confessional**. Canoas: ULBRA, 2000.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

FORELL, George W. **Fé ativa no amor**. Porto Alegre: Concórdia Editora, 1985. Traduzido da língua inglesa por Geraldo Korndörfer.

LUTERO, Martinho. **Obras selecionadas**. São Leopoldo/Porto Alegre: Sinodal/Concórdia Editora, 1987/2003. v.1 e 2.

WARTH, Martim Carlos. **A Ética de cada dia**. Canoas: Editora da ULBRA, 2002.

CATÃO, Francisco. **O Fenômeno Religioso**. São Paulo: Ed. Letras e Letras, 1995.

JORGE, J. Simões. **Cultura Religiosa**. São Paulo: Edições Loyola, 1998.





UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL

ÁREA: Educação, Ciências e Artes CURSO: Administração	ANO / SEMESTRE: 2007/2
CICLO: Formação Profissional Específica DISCIPLINA: Estatística CÓDIGO: 203580	CRÉDITOS: 04 C / H TOTAL: 68 horas

PLANO DE ENSINO-APRENDIZAGEM

1. EMENTA DA DISCIPLINA

Conceitos iniciais de Estatística, Apresentação de dados: tabelas de freqüências e análise gráfica
Medidas de Tendência Central, Medidas de Variabilidade, Probabilidade, Amostragem, Estimação,
Testes de Hipóteses, Análise de Correlação e Análise de Regressão Linear Simples

2. OBJETIVOS DA DISCIPLINA

2.1 GERAL

Que o aluno seja capaz de compreender os conceitos e as ferramentas estatísticas utilizadas para análise de dados, e que saiba aplicar e valorizar os conhecimentos em estatística na tomada de decisões no âmbito pessoal e/ou profissional.

2.2 ESPECÍFICOS

O aluno deverá ser capaz de:

- Compreender os principais conceitos estatísticos
- Construir e interpretar tabelas e gráficos provenientes de análises estatísticas
- Calcular e interpretar as principais medidas de tendência central e de variabilidade
- Compreender os principais conceitos a respeito de Probabilidade
- Compreender os principais conceitos da teoria da Amostragem
- Realizar a estimação pontual e intervalar de alguns parâmetros populacionais
- Testar hipóteses de pesquisa referentes a parâmetros populacionais
- Verificar e descrever a relação entre duas variáveis quantitativas através das análises de correlação e regressão.

3. TEMÁTICAS

- Conceitos iniciais, Apresentação de dados: tabelas de freqüências e análise gráfica
- Medidas de Tendência Central: Média, Mediana e Moda.
- Medidas de Variabilidade: Amplitude, Variância, Desvio Padrão e Coeficiente de Variação.
- Probabilidade: conceitos básicos, distribuição de probabilidade
- Variáveis Aleatórias Contínuas: Distribuição Normal.
- Amostragem
- Estimação: parâmetros e estimadores. Estimação por ponto e por Intervalos de Confiança.



- Testes de Hipóteses para média: testes *t de Student* para uma média populacional e testes *t de Student* para comparação entre duas médias populacionais (amostras independentes).
- Análise de Correlação
- Análise de Regressão Linear Simples

4. COMPETÊNCIAS E HABILIDADES

- Entendimento sobre a terminologia e conceitos básicos de estatística;
- Compreensão do básico sobre coleta de dados e geração de estatísticas descritivas;
- Construção de tabelas e gráficos a partir de um conjunto de dados
- Habilidades básicas de interpretação (habilidade para descrever o que os resultados de uma análise estatística significam no contexto do problema);
- Habilidades básicas de comunicação (ser capaz de explanar os resultados de uma análise estatística para outras pessoas).
- Realização de estimações e previsões a partir da Teoria da Estimação e dos Testes de Hipóteses;
- Análise do relacionamento entre variáveis de uma pesquisa através das Análises de Correlação e Regressão.

5. ABORDAGENS TEMÁTICAS

1	Apresentação do programa da disciplina; Conceitos iniciais de Estatística, Apresentação de dados: tabelas de frequências
2	Apresentação de dados: análise gráfica: Exercícios
3	Medidas de Tendência Central: Média, Mediana e Moda
4	Medidas de Variabilidade: Amplitude, Variância, Desvio Padrão e Coeficiente de Variação
5	Trabalho prático: Pesquisa de Campo
6	Exercícios
7	Probabilidade: conceitos básicos
8	Probabilidade: distribuição de probabilidade , Variáveis Aleatórias Contínuas: Distribuição Normal
9	Avaliação G1
10	Amostragem
11	Estimação: parâmetros e estimadores. Estimação por ponto e por Intervalos de Confiança
12	Testes de Hipóteses para média: testes <i>t de Student</i> para uma média populacional e testes <i>t de Student</i> para comparação entre duas médias populacionais (amostras independentes).
13	Trabalho Prático : Testes de Hipóteses
14	Análise de Correlação
15	Análise de Regressão Linear Simples
16	Estudos complementares (aula semipresencial)
17	Exercícios
18	Aula de Revisão
19	Avaliação Final -G2
20	Atividades de encerramento e substituição de grau

6. ORGANIZAÇÃO METODOLÓGICA

As aulas serão expositivas, como recursos serão utilizados listas de exercícios, proposição de estudos de caso e trabalhos dirigidos

7. ATIVIDADES DISCENTES

Aos alunos serão propostos trabalhos referentes aos conteúdos ministrados ao final de cada tópico. O aluno ao final da G1 realizará uma pesquisa científica analisando e concluindo sobre os dados obtidos.



8. PROCESSOS AVALIATIVOS

- Grau 1 (G1) – avaliação, com peso 1, com os conteúdos e competências desenvolvidos no primeiro bimestre.
- Revisão dos conteúdos
- Grau 2 (G2) – avaliação, com peso 2, com todos os conteúdos e competências desenvolvidos no decorrer do semestre.

Será considerado aprovado o aluno que obtiver média maior ou igual a 6,0, calculada pela fórmula: $\frac{G1 \times 1 + G2 \times 2}{3}$

3

O aluno que obtiver média inferior a 6,0 terá direito a realizar prova cumulativa de recuperação, substituindo um dos graus.

9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS BÁSICAS:

MOORE, David S. A estatística básica e sua prática. Rio de Janeiro : LTC, 2000. 482 p.

CLARK, J. DOWNING, D. Estatística aplicada. São Paulo : Saraiva, 1998. 455 p.

SIMON, Gary A. FREUND, John E. Estatística Aplicada. Porto Alegre : Bookman, 2000. 404 p.

10. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS COMPLEMENTARES:

LOPES, Paulo Afonso. Probabilidades & estatística. Rio de Janeiro : Reichmann & Affonso, 2000. 174 p.

BARBETTA, Pedro Alberto. Estatística Aplicada às Ciências Sociais. Florianópolis: Ed. Da UFSC, 2001. 337 p.

LEVINE, D. STEPHAN D. KREHBIEL T. & BERENSON, M. Estatística – Teoria e Aplicações usando o Microsoft Excel em Português. Rio de Janeiro: Ed LTC, 2005. 814 p.



UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL

ÁREA DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS APLICADAS

CURSO: Superior de Tecnologia em Comércio Exterior

DISCIPLINA: Legislação Internacional

CÓDIGO: 885002

ANO/SEM: 2007/2

CRÉDITOS: 4

HORAS/AULA

TOTAIS: 68

PLANO DE ENSINO APRENDIZAGEM

1. EMENTA

Aspectos históricos e legais acerca das legislações internacionais. Dos procedimentos estabelecidos para a gestão e concretização das relações comerciais e dos negócios internacionais entre as nações, seus mecanismos de funcionamento e instrumentos de ajustes.

2. OBJETIVOS

Do Curso

O curso Superior de Tecnologia em Comércio Exterior tem por objetivo principal formar recursos humanos qualificados para atuar em qualquer cenário ou organização de natureza política, econômica e cultural relacionados aos negócios internacionais e ao comércio exterior. O curso tem como objetivos específicos capacitar os alunos para o uso de modernos instrumentos relativos aos processos de planejamento, gestão e controle de empresas; para utilizar o instrumental necessário para monitorar e gerenciar os fenômenos da globalização e a integração econômica e dos fluxos comerciais e financeiros internacionais; para proporcionar o conhecimento e o manejo de técnicas de negociação e estratégia empresarial voltados para o mercado internacional.

Da Disciplina

Competências

A presente disciplina oferece um aprendizado teórico e se propõe a uma investigação, estudo e análise das legislações nacionais e internacionais que norteiam o comércio exterior, para futura aplicação prática desses conhecimentos. Esta disciplina visa capacitar o aluno para a gestão do conhecimento das legislações no contexto da ordem internacional, transmitindo-lhe as informações úteis e necessárias ao seu desempenho profissional e a sua inserção no mundo cada vez mais globalizado e competitivo.

Habilidades

- Capacitar o aluno para desenvolver o alcance de resultados através do conhecimento teórico e prático adquirido;
- Conhecer a fundamentação legal das Aduanas;
- Habilitar o aluno para aplicar na prática profissional, o conhecimento teórico adquirido no curso.



- Transformar os conhecimentos aprendidos em resultados práticos na negociação e resolução de problemas;
- Aplicar as normas reguladoras na gestão de negócios internacionais;
- Gerenciar os processos para atingir a eficácia na gestão de negócios internacionais;
- Entender as particularidades dos processos de internacionalização e de regionalização;
- Conhecer os instrumentos legais para a gestão estratégica de empresas orientadas ao mercado exterior;
- Aptidão para atuar em organismos internacionais, empresas privadas, empresas de comunicação, agências governamentais, organizações não-governamentais, empresas de consultoria e instituições financeiras.

3. BIBLIOGRAFIA BÁSICA RECOMENDADA

ACCIOLY, Hildebrando. **Manual de Direito Internacional Público**. São Paulo, Saraiva: 2002.
BASSO, Maristela. **Contratos Internacionais do Comércio**. Fabris, Porto Alegre, 2002;
DEL'OLMO, Florisbal de Souza. **Direito Internacional Privado: abordagens fundamentais, legislação, jurisprudência**. 6ª ed. Rio de Janeiro: Forense. 2006.

4. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR RECOMENDADA

ARAUJO, Nadia de. **Contratos Internacionais: Autonomia da Vontade, Mercosul e Convenções**. Rio de Janeiro: Renovar, 2004.
LUZ, Rodrigo. **Comercio Internacional e Legislação Aduaneira: Teoria e Questões**. São Paulo: Campus, 2005.
RANGEL, Vicente Marotta. **Direito e Relações Internacionais**. São Paulo, RT, 2002.
MORAES, Guilherme Pena de. **Homologação de sentença estrangeira a luz da jurisprudência do STF**. Lúmen Júris.
REZEK, José Francisco. **Direito Internacional Público**. Curitiba, Lumen Juris, 2002.





UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL

ÁREA DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS APLICADAS CURSO: Tec. em Marketing, Administração, Ciências Contábeis	ANO/SEM.: 2007/2
DISCIPLINA: Marketing Corporativo CÓDIGO: 885001	HORAS/AULA: 68 CRÉDITOS: 4

PLANO DE ENSINO APRENDIZAGEM

1. EMENTA

Apresentar os conceitos do marketing e das diversas variáveis que compõem o marketing corporativo.

2. OBJETIVOS

2.1 Geral

Compreender e posicionar-se criticamente acerca das variáveis, funções (essenciais e operacionais), ferramentas e contextos da realidade do marketing corporativo e de suas potencialidades.

2.2 Específico

Conhecer e compreender as diversas estratégias de marketing, baseado nas oportunidades do mercado; Conhecer a necessidade e desejo dos consumidores; Desenvolver o perfil de constante pesquisador em marketing.

3. ABORDAGENS TEMÁTICAS

Conceitos essenciais do marketing
Marketing corporativo: conceitos e variáveis
Ambientes mercadológicos
Mercado alvo e segmentação
Estratégias de marketing
Programas e Planos de marketing
Avaliação e controle de Marketing
Marketing no século XXI

4. ORGANIZAÇÃO METODOLÓGICA

pesquisa bibliográfica e internet, leitura textos da área, trabalhos individuais

5. PROCESSOS AVALIATIVOS

G1
Trabalho Mix de Marketing
Participação
Elaboração artigo



Prova

G2

Resenha crítica sobre textos de marketing

Trabalho Análise Mercadológica

Prova

6. BIBLIOGRAFIA BÁSICA RECOMENDADA

KOTLER, Philip – *marketing para o século XXI. Como criar, conquistar e dominar mercados*. São Paulo: Futura, 1999.

KOTLER, Philip. *Marketing Lateral. Uma abordagem revolucionária para criar novas oportunidades em mercados saturados*. Rio de Janeiro: Campus, 2004

7. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR RECOMENDADA

BLESSA, Regina. *Merchandising no ponto de venda*. São Paulo: Atlas, 2003

CHIAVENATTO, Idalberto. *Administração. Teoria, processo e prática*. São Paulo: Makron Books, 1994

VEPPO, Gilberto. *Marketing. A satisfação do cliente*. Novo Hamburgo: Editora Feevale, 2006

8. OUTRA LEITURAS

Principais Jornais brasileiros: O Globo, Folha de São Paulo, Estado de São Paulo,
Jornal do Brasil e Zero Hora, Valor Econômico.

Principais Revistas brasileiras: Veja, Isto É, Exame, Época

Sites:

www.pensandomarketing.com

www.cvlog.net/home

www.1to1.com.br

www.marketingpower.com

www.marketing.com.br

www.consultoriafagundes.com.br

www.weblogical.com.br

www.wbibrasil.com.br





UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL

ÁREA: Ciências Humanas e Sociais Aplicadas
CURSO: CIÊNCIAS CONTÁBEIS

ANO / SEMESTRE: 2007/2

EIXO ESTRUTURANTE: Matemática Empresarial
CÓDIGO: 203598

CRÉDITOS: 4
C / H TOTAL: 68

PLANO DE ENSINO-APRENDIZAGEM

1. EMENTA DO EIXO ESTRUTURANTE

Funções. Equações de oferta e demanda. Ponto de Equilíbrio de Mercado. Restrição Orçamentária. Funções de custo, receita e lucro. Limites e continuidade. Derivadas. Aplicações de derivadas (funções custo marginal, receita marginal e lucro marginal). Integrais indefinidas e definidas. Aplicações de Integral à Economia.

2. OBJETIVOS

2.1 GERAL:

Proporcionar ao aluno o estudo do cálculo diferencial e integral aplicado à área da economia.

2.2 ESPECÍFICOS:

Aplicar o estudo de funções bem como sua representação gráfica em equações de oferta e demanda, ponto de equilíbrio, funções de receita, custo e lucro. Associar as derivadas às funções marginais bem como as integrais às funções totais.

3. TEMÁTICAS ESTRUTURANTES:

Funções: Idéia intuitiva, conceito matemático, características, modelos econômicos representados por funções, gráficos de funções com aplicações à Economia.

Função do 1º Grau (modelos lineares – equação da reta)

Função do 2º Grau (modelos quadráticos – equação da parábola)

Função Racional.

Funções como Modelos Matemáticos:

Funções de Custo, Receita, Lucro.

Equação de Oferta e Demanda. Ponto de Equilíbrio de Mercado.

Derivadas: Idéia intuitiva de limite, a derivada como uma taxa de variação, regras de derivação, derivada aplicada à Economia, estudo de funções e traçado de gráficos com o auxílio de derivadas.

Limites e Continuidade.

Derivadas. Cálculo de Máximos e Mínimos.

Funções Custo Marginal, Receita Marginal e Lucro Marginal.



Integrais: Integral indefinida e primitivas de uma função, regras de integração, integral indefinida aplicada à Economia, integral definida e área de uma região, integral definida aplicada à Economia.

Integrais Indefinidas - Aplicação da Integração à Economia.

Integral Definida. Aplicação da Integral Definida à Economia.

Cálculo do Excedente do Produtor e do Consumidor

4. PRINCÍPIOS DA EDUCAÇÃO:

CONHECER

Caracterizações ambientais e administrativo – organizacionais de instituições públicas e privadas sob a perspectiva educacional de gestão de processos e de pessoas e que mantêm uma proximidade identitária com a construção do conhecimento escolar e social.

FAZER- IDENTIDADE PROFISSIONAL

Reflexões acerca das possibilidades laboratoriais contextualizadas, experiência e construção de competências de qualificação em relação a critérios empreendedores e de empregabilidade formais e informais na dimensão da identidade vocacional educadora, pelas concepções e possibilidade didático – metodológicas dos processos de ensinar e de aprender.

CONVIVER – REALIDADES MULTICULTURAIS

Exercício das cidadanias culturais pela reflexão crítico – social de sua contingencialidade, na convergência e na construção de políticas integrativas, de cidadania, responsabilidade e autonomia do viver em comunhão, respeito e solidariedade multiculturais.

SER

Paradigmas educacionais compreendendo estudos filo – sócio – psico – bio – antropológicos do fenômeno educativo e da dimensão docente; o processo pedagógico nas suas constituições de ensinar e aprender; o perfil docente enquanto fio condutor do processo de formação do educador; a dinâmica da ação – pedagógica; desafios das tendências educacionais aliadas à gestão da educação em ambientes educativos, na totalidade do SER para além do ESTAR.



5. COMPETÊNCIAS

5.1 DO CURSO EM RELAÇÃO A

FORMAÇÃO GERAL:

O ciclo de formação geral busca desenvolver as seguintes competências e habilidades:

- capacidade de expressar-se com clareza, precisão e objetividade, escrita e oralmente;
- conhecimento de questões contemporâneas;
- senso ético-profissional;
- capacidade de utilizar recursos tecnológicos;
- capacidade de trabalhar em equipes e de exercer liderança;
- capacidade de aplicação prática dos conteúdos desenvolvidos.

FORMAÇÃO BÁSICA PROFISSIONAL:

5.2 DO EIXO ESTRUTURANTE

5.2.1 COMPETÊNCIAS, HABILIDADES E ATITUDES

6. ABORDAGENS TEMÁTICAS

1	Noções básicas sobre funções. Domínio, Contradomínio, Imagem. Gráfico.
2.	Funções do primeiro grau: modelos lineares. Equação da reta. Gráficos. Sistemas de primeiro grau.
3.	Funções do segundo grau: equação da parábola. Gráficos.
4.	Funções: oferta e demanda. Domínio, exemplos e gráficos. Ponto de Equilíbrio de Mercado.
5	Funções: custo, receita; lucro e restrição orçamentária. Domínio, exemplos e gráficos.
6	Aula não presencial
7	Funções Racionais: função custo médio, receita média e lucro médio.
8	Exercícios
9	Prova G1
10	Estudo de limites: conceitos básicos. Propriedades dos limites. Tendência ao infinito.
11	Estudo da derivada: conceitos básicos. Propriedades das derivadas. Regras de derivação. Derivadas de ordem superior. Exercícios.
12	Aplicações da derivada: funções marginais (custo, receita e lucro marginais).
13	Aplicações das derivadas: crescimento; decrescimento e cálculo de máximos e mínimos de funções.
14	Integral indefinida e definida: conceitos básicos e cálculos.
15	Cálculo do excedente do produtor e do consumidor.
16	Aula não presencial



17	Resolução de exercícios
18	Prova G2
19	AULA DE REVISÃO GERAL
20	ATIVIDADES DE ENCERRAMENTO E SUBSTITUIÇÃO DE GRAU

7. ORGANIZAÇÃO METODOLÓGICA

Aulas teóricas (expositivo-dialogadas) e aulas práticas com o uso de calculadoras

8. ATIVIDADES DISCENTES

9. PROCESSOS AVALIATIVOS:

Os alunos serão avaliados através de 2 (dois) Graus de acordo com o seguinte critério:

Grau 1 (G1): com peso 1(um) envolvendo os conteúdos e competências desenvolvidas no primeiro bimestre, sendo distribuído em duas partes: **30%** na forma de Trabalho e **70%** na forma de Prova;

Grau 2 (G2): com peso 2 (dois) envolvendo os conteúdos e competências de todo semestre, sendo distribuído em duas partes: **30%** na forma de Trabalho e **70%** na forma de Prova;

Aprovação: Será considerado aprovado o Aluno que: possuir no mínimo **75% de freqüência** e

obtiver **média maior ou igual a 6,0** (seis) calculada pela fórmula:
$$\frac{G1 + 2.G2}{3}$$

O Aluno que obtiver **média inferior a 6,0** (seis), e possuir **no mínimo 75% de freqüência**, terá direito a realizar Prova de Substituição (**PS**), que será cumulativa, substituindo qualquer um dos Graus, e desconsiderando-se neste caso os Trabalhos realizados no Semestre.

10. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS BÁSICAS (3):

VERAS, Lilia Ladeira. Matemática Aplicada à Economia. Atlas.

GOLDSTEIN, L. J.; **LAY**, D. C.; **SCHNEIDER**, D. I. Matemática Aplicada: Economia, Administração e Contabilidade. Bookman

11. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS COMPLEMENTARES (5):

MORETTIN, Pedro A.; **BUSSAB**, Wilton O.; **HAZZAN**, Samuel. Cálculo: Funções de uma Variável. Atual.

SILVA, Sebastião Medeiros da. Matemática para os cursos de Economia, Administração e Ciências Contábeis. Atlas.

LEITHOLD, Louis. Matemática Aplicada à Economia e Administração. Harbra.

ANTON, Howard. Cálculo, um novo horizonte. Bookman. Volume 1.

WEBER, Jean E. Matemática para Economia e Administração. Harbra.

12. LEITURAS E SITES RECOMENDADOS:

www.economiabr.net

<http://paginas.terra.com.br/educacao/calculo/exercicios/Fc1/funcoes1 grau. htm>.



http://www.ficharionline.com/matematica/pagina_exibe.php?pagina070217

http://geocities.yahoo.com.br/limites_integral/LimInf1.pdf

<http://pessoal.sercomtel.com.br/matemática/superior/calculo/integral/integral.htm>





UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL

CURSO: SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO FINANCEIRA

ANO/SEM.: 2007/2

DISCIPLINA: SISTEMA FINANCEIRO NACIONAL

H/A: 068

CÓD:800981

CRÉDITOS: 04

1. Ementa:

Esta disciplina estuda o funcionamento do Sistema Financeiro Nacional e os diversos órgãos que o compõem.

2. Objetivo da disciplina:

GERAL:

Identificar as principais funções da moeda e seus conceitos de base monetária e meios de pagamento;

Compreender o conceito de multiplicador bancário; identificar as funções do Banco Central e a estrutura do sistema Financeiro Nacional.

Conhecer os objetivos, metas e instrumentos de política monetária; compreender a formação da taxa de juros e sua composição.

Identificar os principais mercados do sistema financeiro e a relação com o desenvolvimento econômico; diferenciar as instituições financeiras bancárias das não-bancárias; conhecer as regras de regulação sistema e seus organismos de controle; compreender os conceitos de investimento, poupança e financiamento.

Identificar as características dos mercados cambiais e seu funcionamento. Desenvolver a capacidade de negociação com os órgãos de parceria destes estabelecimentos financeiros.

ESPECÍFICOS:

Desenvolver capacidade de relações de negócios. Entender os procedimentos burocráticos e normas relativas a cada organização.

Reconhecer os conceitos teóricos e sua relação com a atividade diária do sistema financeiro. Localizar sua instituição dentro da estrutura do sistema financeiro e reconhecer o seu papel no desenvolvimento econômico do Brasil.

Desenvolver a capacidade crítica de análise das diversas situações apresentadas nas instituições financeiras.

3. Conteúdo Programático:



Conselho Monetário Nacional. Banco Central. Comissão de valores Mobiliários. Caixas Econômicas. Bancos de Fomento. Bancos de desenvolvimento. Cooperativas de Créditos. Banco de Investimentos. Sociedade de Crédito. Estrutura e financiamento, instituições financeiras, mercados financeiros, relação entre instituições e mercados, mercado monetário, poupança e investimento, moeda e política monetária, políticas e governo, mercado de crédito, mercado de capitais, mercado de câmbio.

4. Bibliografia:

Básica:

FILHO, Jorge Ribeiro de Toledo. **Mercado de Capitais Brasileiro**. São Paulo: Thomson, 2006.

TEBCHIRANI, Flávio de Ribas. **Princípios de Economia: Micro e Macro**. Curitiba: IBPEX, 2006.

UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL: **Estrutura e Planejamento**. Canoas: ULBRA, s.d.

Complementar:

FERNANDES, Antônio Alberto Grossi. **O Brasil e o Sistema Financeiro Nacional**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

GITMANN, Lawrence. **Princípios de Administração Financeira**. 5. ed. São Paulo: Bookamn, 2002.

SAUNDERS, Anthony. **Administração de Instituições Financeiras**. São Paulo: Atlas 2000.





UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL

ÁREA DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

TODOS OS CURSOS	ANO/SEM: 2008/1
DISCIPLINA: COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO	Créditos: 04
CÓDIGO: 990101	C/H TOTAL: 68

PLANO DE ENSINO-APRENDIZAGEM

EMENTA

A leitura como vínculo leitor/texto, através da subjetividade contextual, de atividades de retextualização e de integração com estudos lexicais e gramaticais inerentes às temáticas culturais da língua portuguesa.

PROGRAMA

- Variações lingüísticas e sua importância para o falante nativo
- Níveis e funções da linguagem
- Coesão do texto escrito
- Coerência textual
- Parágrafo padrão
- A paráfrase
- Retextualização – do texto falado ao texto escrito
- Resumo e resenha
- Concordância verbal e nominal
- A vírgula, a crase e os porquês

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- COSTA VAL, Maria da Graça . *Redação e textualidade*. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2006.
- FLÔRES, Onici e SILVA, Mozara R. *Da Oralidade à Escrita: uma busca da mediação multicultural e plurilingüística*. Canoas: Ed. Ulbra, 2005.
- SACCONI, L. A. *Nossa gramática. Teoria e prática*. 25. ed. São Paulo: Atual, 1999.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- BRANDÃO, S. *A geografia lingüística do Brasil*. São Paulo: Ática, 1991.
- ILARI, R. *Introdução à semântica*. São Paulo: Contexto, 2001.
- INFANTE, U. *Do texto ao texto: curso prático de leitura e redação*. São Paulo: Scipione, 1998.
- MORENO, C.; GUEDES, P. C. *Curso básico de redação*. 12. ed. São Paulo: Ática, 1997.
- SERAFINI, M. T. *Como escrever textos*. 10. ed. São Paulo: Globo, 2000.





UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL

CENTRO: Centro de Educação Tecnológica

CURSO(S): Superior de Tecnologia em Logística

ANO/SEM.: 2008/1

DISCIPLINA: Gestão Empresarial

N.º: 302509

H/A: 68

CR: 04

PROGRAMA DA DISCIPLINA

1. Pesquisa sobre os principais impactos da economia atual do Brasil.
2. Princípios da Administração Científica.
3. Os principais aspectos das diferentes Escolas na administração.
4. Teoria X e Teoria Y de McGregor.
5. A função de gerenciamento e supervisão.
6. Tomada de decisão. A arte da Liderança.
7. Criatividade e ferramentas de Gestão.
8. Negociação e comunicação Empresarial.
9. Administração por Objetivos.
10. Administração estratégica, decisões estratégicas, análise do ambiente interno.
11. Gestão de marketing.
12. Gestão financeira e orçamentária.

BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

FERREIRA, Ademir Antonio. Gestão Empresarial de Taylor aos Nossos Dias, Vol. 1 ed. São Paulo, Thomson, 2002.

Jr. WOOD, Thomaz. Gestão Empresarial, Vol. 1, ed. São Paulo, Atlas, 2001.

Jr. WOOD, Thomaz. Gestão Empresarial, O Fator Humano, Vol.1, ed. São Paulo, Atlas, 2002.



BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

ANGELONI, Maria T. Organizações do Conhecimento: Infraestrutura, pessoas e Tecnologias. São Paulo: Saraiva, 2002.

ASHLEY, Patrícia A. Ética e Responsabilidade social. São Paulo: saraiva, 2001.

BERNARDO, Luiz Antonio. Manual de Emp. E Gestão, Vol. 1 ed. São Paulo, Atlas, 2003.





UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL

ÁREA DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS APLICADAS

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

ANO/SEM.: 2008/1

DISCIPLINA: Gestão Estratégica

CRÉDITOS: 04

CÓDIGO: 302659

C/H TOTAL: 68

PLANO DE ENSINO-APRENDIZAGEM

1. EMENTA:

Conceitos e práticas da gestão estratégica. Os fatores da concorrência sob o enfoque macro e microeconômico. Análise da estrutura empresarial e da concorrência. Planejamento Estratégico – diagnóstico, visão, negócio, missão, princípios e objetivos e o papel das competências essenciais, na gestão de pessoas e processos. Indicadores de Controle.

2. OBJETIVOS DA DISCIPLINA:

2.1. GERAL: Proporcionar ao aluno o conhecimento do planejamento estratégico como atividade essencial na gestão das organizações.

2.2. ESPECÍFICO:

- Conhecer a evolução da administração estratégica correlacionadas com as teorias da evolução e revolução, teoria da organização industrial, teoria da contingência e a teoria baseada em recursos.
- Compreender e interpretar os conceitos e as práticas da gestão estratégica e sua importância na competitividade das organizações;
- Utilizar os componentes de análise do macroambiente da estrutura empresarial e da concorrência para diagnósticos e estudos de setores empresariais;
- Conhecer e entender a gestão da estratégia de mercado e a gestão da empresas com seus principais fatores de referencial analítico, processos operacionais e liderança;
- Conhecer, utilizar e praticar a Gestão Estratégica e seus critérios de excelência. Planejamento Estratégico – diagnóstico, visão, negócio, missão, princípios e objetivos e o papel das competências essenciais, na gestão de pessoas e processos. Indicadores de Controle.



3. ABORDAGENS TEMÁTICAS:

3.1. ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA – Surgimento do estudo da gestão estratégica e as teorias que determinaram seu desenvolvimento – Teoria da evolução, Teoria da organização industrial, Teorias econômicas de Chamberlin, Teoria da contingência e a Teoria baseada nos recursos. Definição, modelo e importância da gestão estratégica em cenários competitivos.

3.2. ANÁLISE MACROAMBIENTE E SETORIAL - Os níveis de análise e metodologia da gestão estratégica e seus fatores determinantes – Análise do Macroambiente; análise setorial, e análise da organização.

3.3. MISSÃO ORGANIZACIONAL E OBJETIVOS - Formulação da gestão estratégica – Planejamento estratégico (missão, visão, objetivos, valores, ética e responsabilidade social), planejamento tático e operacional.

3.4. ESTRATÉGIAS FUNCIONAIS - Sistematização e práticas da gestão estratégica – Critérios de Excelência PNQP (Programa Nacional de Qualidade e Produtividade) e processos de controle e desempenho.

4. DESENVOLVIMENTO:

AULA	
1	Apresentação da disciplina, plano de ensino e critérios de avaliação. Surgimento do estudo da gestão estratégica e as teorias que determinaram seu desenvolvimento - teoria da evolução, teoria da organização industrial, teorias econômicas de chamberlin, teoria da contingência e a teoria baseada nos recursos. Definição, modelo e importância da gestão estratégica em cenários competitivos.
2	Teoria da evolução, teoria da organização industrial, teorias econômicas de chamberlin, teoria da contingência e a teoria baseada nos recursos. Definição, modelo e importância da gestão estratégica em cenários competitivos.
3	Oportunidades e ameaças do ambiente externo - análise do macro ambiente, análise setorial, conjunto de players, previsão do ambiente.
4	Oportunidades e ameaças do ambiente externo - análise do macro ambiente, análise setorial, conjunto de players, previsão do ambiente.
5	Ambiente interno: recursos da empresa, missão organizacional e objetivos.
6	Ambiente interno: recursos da empresa, missão organizacional e objetivos.
7	Atividade semipresencial.
8	Estratégias de nível empresarial: reestruturação empresarial e alternativas estratégicas.
9	Estratégias de nível empresarial: reestruturação empresarial e alternativas estratégicas.
10	Revisão de conteúdo.



11	PROVA DE AVALIAÇÃO G1.
12	Administração do portfólio empresarial: estrutura de portfólio s.w.o.t., matriz bcg, matriz ge.
13	Administração do portfólio empresarial: estrutura de portfólio s.w.o.t., matriz bcg, matriz ge.
14	Estratégia no nível da unidade de negócio.
15	Estratégia no nível da unidade de negócio.
16	Implementação de estratégias: estrutura funcional.
17	Atividade semipresencial.
18	PROVA G2.
19	Revisão de conteúdo.
20	Substituição de grau.

5. ORGANIZAÇÃO METODOLÓGICA:

As aulas serão expositivas dialogadas com apoio da bibliografia recomendada, utilizando-se o quadro de giz, retro projetor de lâminas, *datashow* e apresentação de filmes técnicos dentro do escopo da disciplina. Os conteúdos são apresentados pelo professor, com prévia leitura extraclasse pelos alunos, e após aberto à participação dos alunos para questionamentos e debates críticos e reflexivos. Haverá também a prática de exercícios e leitura de textos pelos alunos em classe e extraclasse.

6. PROCESSOS DE AVALIAÇÃO:

O processo de avaliação será coerente com os conhecimentos, habilidades e atitudes esperados na aprendizagem dos alunos em função dos objetivos da disciplina. A avaliação ocorrerá por questões objetivas (dissertativas) e práticas, através de duas provas individuais (G1 e G2), sendo a primeira, com peso 1 (um), sobre os conteúdos do 1º bimestre e a segunda, com peso 2 (dois), contendo toda a matéria. O aluno para ser aprovado deve alcançar média ponderada entre os graus G1 e G2. Nota mínima 6 (seis). Terá direito a substituição de um dos graus com prova cumulativa (G3) e peso igual ao do grau substituído, caso não obtenha atingido a média mínima das avaliações G1 e G2. A parte prática da avaliação conterà estudos de caso, filmes técnicos, e/ou visitas em empresas com apresentação de trabalhos escritos na forma individual ou em grupos de no máximo 4 (quatro) alunos. O grau da parte prática será integralizado ao grau da G1 e/ou G2, com peso ponderado de 3 (três) pontos complementando o peso da prova individual e igual a 7 (sete).

7. BIBLIOGRAFIA:

7.1 BÁSICA:

WRIGHT, P. KROLL, M.J.; PARNELL, J. – **Administração Estratégica – Conceitos** – Editora Atlas, 1a ed. 2000



OLIVEIRA, Djalma de P. R de. **Planejamento Estrategico – Conceitos Metodologia Práticas** – Editora Atlas, 22ª ed., 2005;

7.2 COMPLEMENTAR:

ALMEIDA, I.R. Martinho. Manual de planejamento estratégico. São Paulo: Atlas, 2003.

ANSOFF, H. Igor – **A nova estratégia empresarial**. São Paulo, Atlas, 1990

HERRERO Filho, Emilio. **Balanced Scorecard e a gestão estratégica – uma abordagem pratica**: Rio de Janeiro: Campus, 2005

KAPLAN, Robert; NORTON, David. **Estratégia em ação: balanced scorecard**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

BATEMAN, T., SNELL, S – **Administração: Construindo Vantagem Competitiva**, Editora Atlas, 1998

PORTER, Michael E. – **Vantagem Competitiva**, Editora Campus, 5ª Edição, 1989

_____ – **Estratégia Competitiva, Técnicas para Análise de Indústrias e da Concorrência**, Editora Campus, 8ª Edição, 1986





ULBRA

UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL

DISCIPLINA: Gestão Logística Internacional N°: 800576

ANO/SEM: 2008/1 **H/A:** 68 **CR:** 04

PLANO DE ENSINO **Logística Internacional**

EMENTA: Visa apresentar aos alunos a ótica de utilização dos canais logísticos nos blocos econômicos, as tendências mundiais, os principais canais logísticos no Mercosul e suas tendências no médio e longo prazo. O impacto da ALCA na necessidade de competitividade das empresas brasileiras. Operações de empresas globalizadas e desenvolvimento de estratégias adequadas a operações internacionais.

OBJETIVOS

DO CURSO: Agregar o conhecimento acadêmico ao conhecimento técnico e transmiti-los aos profissionais como ferramenta de vantagem competitiva para as empresas regionais, frente à globalização econômica.

DA DISCIPLINA

GERAL: Apresentar os aspectos estratégicos da logística internacional como ferramenta de alavancagem de prospecção de novos mercados.

ESPECÍFICOS: Oferecer alternativas para o desenvolvimento e estabelecimento de redes , canais de distribuição e gerenciamento das operações globais.

PROGRAMA DA DISCIPLINA

1ª Unidade: Introdução à logística empresarial. Definição de processo logístico. Composição da Função Logística.

2ª Unidade: Logística e as necessidades do consumidor. O papel da Logística. Da Logística ao Supply-chain Management. Cadeia de Suprimentos e seu gerenciamento. Evolução da Logística e suas fases. Participação da Logística na economia e a Logística no Brasil.



- 3ª Unidade:** Logística e operações globais, evolução . Globalização das estratégias de operações e estratégias de mercado globais.
- 4ª Unidade:** Desenvolvimento da rede de fornecedores. Distribuição física (um a um e de um para muitos). Gestão da cadeia global. Gerenciamento do risco nas operações globais.
- 5ª Unidade:** Gestão eficaz das operações e Logística globais: uso da flexibilidade para minimizar a exposição, gestão das informações na logística global(vazamento, disseminação seletiva da informação) e avaliação de desempenho na logística global.

CRONOGRAMA

PRIMEIRA AULA () – Apresentação do professor e da disciplina e sua inter-relação com as demais funções de uma empresa. A importância da Logística como fator de vantagem competitiva às empresas. Conceitos iniciais da Logística Empresarial. Derivação da Logística e sua aplicabilidade no mercado como diferencial na organização

SEGUNDA AULA () – Introdução a Logística Empresarial, processos de decisão . Logística e o Supply-chain. O que é logística, cadeia de suprimento e seu gerenciamento, evolução da logística e suas fases.

TERCEIRA AULA ()-Continuação da Logística e o Supply Chain: participação da logística na economia, Logística no Brasil. Canais de distribuição: tipos e funções.

QUARTA AULA () - Tipos de canais, propriedades dos canais de distribuição, definição dos canais. Estudo de caso em sala.

QUINTA AULA () – Exercício de estudo de Caso: A Empresa Bomfrio

SEXTA AULA () – Logística e Operações globais e evolução. Globalização das estratégias de operações e estratégias de mercado globais.

SÉTIMA AULA () – Palestra da Maersk Sealand – Empresa de operações de containers ou visita empresarial.

OITA AULA () – Prova G 1.

NONA AULA () – Gestão da cadeia de suprimentos globais, desenvolvimento da rede de fornecedores, gerenciamento do risco nas operações globais.

DÉCIMA AULA () – plano de rede logística para operações globais.

DÉCIMA PRIMEIRA AULA () – Plano de rede logística para operações globais e exercício de case para discussão em aula.

DÉCIMA SEGUNDA AULA () – Gestão da Logística Internacional. Conceitos, projeção de cenário e importância no mundo globalizado.

DÉCIMA TERCEIRA AULA () – Visita técnica empresarial ou palestra do CIN – Centro de Negócios Internacionais da Fiergs.

DÉCIMA QUARTA AULA () – Gestão das informações na logística global: importância dessa ferramenta, tecnologia da informação, informação disseminada e seletiva.



DÉCIMA QUINTA AULA () – Gestão eficaz das operações, uso da flexibilidade para minimizar a exposição e avaliação de desempenho na logística global.

DÉCIMA SEXTA AULA () – Continuação da Gestão eficaz das operações. Vídeo de 20 minutos sobre operações globais.

DÉCIMA SÉTIMA AULA () – Seminários de apresentação de trabalhos dos alunos: modelo estratégico de logística internacional.

DÉCIMA OITAVA AULA () Seminários e palestra do Núcleo de Negócios do Banco do Brasil S/A – Nurin sobre Operações de importação e exportação ou despacho aduaneiro.

DÉCIMA NONA AULA () – Prova G2

VIGÉSIMA AULA () . Substituição de Grau

METODOLOGIA

A metodologia aplicada ao ensino da disciplina consistirá em aulas expositivas, estudos de casos, análises de artigos com suporte de equipamentos áudio-visuais como retro-projetor, datashow, fitas com assuntos ilustrativos aos temas abordados e explanações complementares e, ainda a previsão de uma visita técnica direcionada a necessidade do acadêmico.

AValiação: INSTRUMENTOS E CRITÉRIOS

A avaliação dos alunos terá como base os trabalhos realizados em aula, participação nas aulas através da metodologia de soluções de casos logísticos, além das avaliações de G1, G2 e da Substituição de Grau conforme o regimento da Universidade Luterana do Brasil.

Os trabalhos e provas a serem avaliados terão a seguinte distribuição de unidades para cada bimestre:

- 1º Bimestre – Unidades de um a três;
- 2º Bimestre – Unidades de quatro a sete.

BIBLIOGRAFIA

BÁSICA

1. ALVARENGA A. C. e NOVAES A. G. **Logística Aplicada: Suprimento e Distribuição Física**. Edgard Blücher, São Paulo, 2000.
2. BALLOU, A. G. **Logística Empresarial**. Atlas, São Paulo, 2001.
3. BOWERSOX, D.J, E. e CLOSS, D.J. **Logística Empresarial**. São Paulo, Atlas, 2001.
4. DORNIER, P.P., **Logística e Operações Globais**. São Paulo: Atlas, 2000
5. HANDABAKA, A . R, **Gestão Logística da Distribuição Internacional**. Maltese, 1994.(4)
6. MONTGOMERY, Cynthia e PORTER, Michael, **Estratégia – A busca da vantagem competitiva**. Rio de Janeiro: Campus, 1998 (1)



COMPLEMENTAR

1. BALLOU, H. R. **Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos**. Bookman, Porto Alegre, 2001.
2. FLEURY, P. F., WANKE, P e FIGUEIREDO, K. F. **Logística Empresarial: A Perspectiva Brasileira**. Atlas, São Paulo, 2000.
3. LOGMAN, revista de logística . Iman. São Paulo.2003
4. TECNOLÓGICA, revista de logística. São Paulo.2003
5. Revista do CIN, Centro de Negócios Internacionais da Fiegs. Porto Alegre.2004
6. Revista de Comércio Exterior do Banco do Brasil. 2004
7. Livros da Aduaneiras na área de negócios internacionais.





UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL

CENTRO: Centro de Educação Tecnológica

CURSO(S): MARKETING

DISCIPLINA: Marketing Internacional

DEPTº.:

ANO/SEM.: 2008/1

N.º: 302589 **H/A:** 68

PROGRAMA DA DISCIPLINA

CRONOGRAMA	CONTEÚDO
1ª AULA	Apresentação da disciplina e do conteúdo programático. Comércio exterior brasileiro, evolução do comércio, problemas enfrentados pelas empresas ao exportar
2ª AULA	Globalização, vantagens, desvantagens, tipos de empresas
3ª AULA	Conceitos de Marketing Internacional, sistemas de mkt, evolução do mkt
4ª AULA	Ambiente de Mkt, ambiente interno, ambiente externo, barreiras e porteiras em mkt
5ª AULA	Marketing MIX – Produto Níveis de produto, ciclo de vida do produto
6ª AULA	Posicionamento de produto, Embalagens e suas funções
7ª AULA	Marketing Mix – Preço Fatores internos e externos que influenciam na decisão de preço
8ª AULA	Estratégias para fixação de preço
9ª AULA	Primeira verificação GI



10ª AULA	Marketing Mix – Praça Distribuição e competência logística
11ª AULA	Canais de distribuição, definições e escolha
12ª AULA	Custos de distribuição na formação de preço internacional Marketing Mix – Promoção Formas de comunicação
13ª AULA	Promoção no ciclo de vida de um produto, uma abordagem para cada etapa
14ª AULA	Plano de promoção, definição de objetivos Tipos de promoção, escolha do público
15ª AULA	Sistemas de informação em Marketing Tipos de sistemas
16ª AULA	Projeto de pesquisa de marketing Definições e passos
17ª AULA	2ª. verificação
18ª AULA	Prova de Substituição de Grau

BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

INTERNET:

www.mdic.gov.br (disponibiliza também lista de sites nacionais e internacionais com informações e estatísticas, assim como endereços dos Secom no exterior)

www.portaldoexportador.gov.br

www.braziltradenet.gov.br



www.exportnews.com.br

www.funcex.com.br

www.brazilbiz.com.br

www.bancodobrasil.com.br

www.receita.fazenda.gov.br

Outros Países

www.chilenet.cl (informações sobre empresas do Chile)

www.paginasamarillas.com (informações sobre empresas dos países da América Latina)

www.seccionamarilla.com (informações sobre empresas do México)

www.yahoo.com

LIVROS:

Bibliografia Básica:

KOTLER, Philip and Armstrong Gary (1999). Princípios de Marketing. Prentence Hall Inc, Rio de Janeiro, 7ª ed.

KUAZAQUI, Edmir. (1999). Marketing Internacional: Como conquistar negócios em mercados internacionais. São Paulo, Makron Books

Complementar:

DAEMON, Dalton. (1998) Marketing Internacional. Rio de Janeiro - FGV

KOTLER, Philip. (1996) Marketing Management. Português: Marketing edição compacta. São Paulo, Atlas





UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL

CURSO(S): Cursos Superiores de Graduação Tecnológica

DISCIPLINA: Relações Trabalhistas e Sindicais

ANO/SEM.: 2008/1

H/A: 68

Disciplina: 800527

PLANO DE ENSINO

1) BASES TECNOLÓGICAS (EMENTA):

Origem e evolução histórica do trabalho. Relação capital e trabalho. Conceituação de Relações de Trabalho na sociedade brasileira. Formas de participação dos trabalhadores na empresa. O conflito nas Relações de Trabalho. O sistema Sindical Brasileiro : as funções do sindicato , estrutura e Sindicalismo , evolução histórica. Negociação Coletiva , conceituação, níveis de negociação. A área de Relações Trabalhistas na empresa: papel e atribuições.

COMPETÊNCIAS

- identificar a organização como um grupo estruturado de seres humanos com múltiplas relações entre si , proporcionando condições teóricas e práticas para administração de pessoas;
- Compreender como as Transformações nos Sistemas Produtivos afetam e afetaram as Relações Trabalhistas e Sindicais;
- Compreender que fatores permeiam as relações entre Capital e Trabalho;
- Analisar as características da sociedade brasileira e suas consequências no agravamento do conflito nas Relações de Trabalho;
- Analisar criticamente a atual prática de gestão das Relações de Trabalho nas organizações;
- Compreender o funcionamento do subsistema de relações de trabalho na área de Recursos Humanos e nas organizações;
- Identificar as principais tendências em relação à evolução das Relações trabalhistas e Sindicais no Brasil.

HABILIDADES

- Desenvolver uma política de relação trabalhista nas organizações
- Organizar atividades específicas para com os funcionários na relação sindicalismo



- Acompanhar e avaliar as negociações de acordo coletivo
- Preparação para as mudanças no processo de trabalho

2) METODOLOGIA DE ENSINO

O conhecimento dos temas será construídos através de aulas expositivas e exercícios de método, abordando aspectos teóricos e práticos da economia brasileira e internacional, tendo em vista a diversidade de cursos dos alunos participantes da disciplina.

3) RECURSOS

- Utilização de textos complementares à Bibliografia recomendada;
- Quadro de giz; retroprojeter; computador; *datashow* ; aparelho de som; vídeo; gravuras; textos de jornais e revistas; dicionário; livros complementares.

4) AVALIAÇÃO

A avaliação será efetuada através de provas de G1 e G2, conforme o calendário, além da participação em aula e de trabalhos de pesquisa opcionais a serem desenvolvidos no decorrer do semestre.

6) CRONOGRAMA DAS AULAS

Aula	Conteúdos
1ª aula	Apresentação da disciplina, metodologia, bibliografia e avaliações.
2ª aula	A evolução do trabalho em uma Economia Global
3ª aula	Reestruturação Produtiva (Do Fordismo ao Toyotismo) x trabalho
4ª aula	Impacto das mudanças no panorama político, econômico e produtivo nas relações do trabalho
5ª aula	Capital e Trabalho
6ª aula	Relações do Trabalho no Brasil
7ª aula	Sindicato e Sindicalismo
8ª aula	Questionário – Relações Trabalhistas no Brasil – Sindicato e Sindicalismo
9ª aula	Relações Trabalhistas e Sindicais na Década de 80
10ª aula	Avaliação (G1)
11ª aula	Relações Trabalhistas e Sindicais na Década de 90
12ª aula	Organização Sindical : Estrutura e Funções
13ª aula	O Futuro do Sindicalismo
14ª aula	Relações Trabalhistas e Sindicais: CLT e Liberdade Sindical
15ª aula	Questionário de Revisão - C L T e Relações Trabalhistas



16ª aula	Organização Brasileira	
17ª aula	Relações Trabalhistas e a área de Recursos Humanos	
18ª aula	O Perfil do Trabalhador Brasileiro e o Comportamento no Trabalho	
19ª aula	G2	
20ª aula	Substituição de Grau	





UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL

CURSO(S): Administração

ANO/SEM.: 2008/1

DISCIPLINA: Administração de Vendas

Nº: 302595

H/A: 68

CR: 04

PLANO DE ENSINO

EMENTA: Conceito de vendas. Vendas na estrutura organizacional da empresa. Gerência de Vendas. Vendas e Marketing. Canais de comunicação e distribuição. Importância do planejamento de vendas no contexto empresarial. Organização de equipes de venda. Recrutamento, seleção e treinamento da força de vendas. Perfil profissional, ética e legislação em vendas.

PROGRAMA DA DISCIPLINA

- **MÓDULO I: Situando a administração de vendas:**

A administração de vendas como uma ferramenta do composto promocional dentro da disciplina de marketing. Objetivos estratégicos, objetivos de marketing e objetivos de vendas. O conceito de comunicação de marketing integrada. Perfil profissional, ética e legislação em vendas

- **MÓDULO II: O gerenciamento de vendas:**

O processo da venda e suas diversas fases. Os diferentes tipos de organização da força de vendas e a definição de territórios. O processo de recrutamento e seleção de vendedores, treinamento e desenvolvimento. A remuneração da força de vendas e seus diversos componentes : salários fixo, comissão, bônus, concursos de vendas e benefícios pessoais. A motivação de vendedores.

- **MÓDULO III: O planejamento de vendas:**

Código de ética. Diretrizes éticas em vendas. Ética na remuneração em vendas. Planejamento e previsão de vendas, método científico e não-científico. Orçamento em vendas. Relatórios comerciais. A elaboração do orçamento de vendas, estimativas de vendas e potencial de mercado, o estabelecimento de métodos para controle da performance de vendas.

Metodologia de Ensino

As atividades serão desenvolvidas com a participação dos alunos , visando ao seu desenvolvimento profissional. Serão fornecidas as ferramentas necessárias para que o aluno sozinho ou em grupo resolva problemas propostos da área de marketing. As aulas serão ministradas com auxílio de vídeos, casos e textos atuais.

Atividades Discentes

Leitura dirigida. Resenha de livros – pesquisa de campo, apresentação de trabalhos em aula, individual ou em grupo, visitas institucionais.

Crêterios de Avaliação

A avaliação do aluno será feita da seguinte forma:



- Participação do aluno nas aulas, contribuindo com idéias e experiências profissionais.
 - Participação do aluno em palestras e seminários.
 - Provas dissertativas e objetivas com base no conteúdo desenvolvido durante o semestre.
- A avaliação será procedida de acordo com as normas da Instituição.

BIBLIOGRAFIA

BÁSICA

- LAS CASAS, Alexandre L. Administração de Vendas. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 1998.
- GOBE, Antonio Carlos et ali, Administração de Vendas. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2000.
- COBRA, Marcos; RANGEL, Alexandre. Serviços ao cliente - uma estratégia competitiva. 9ª ed. São Paulo: Marcos Cobra Editora, 1999.

COMPLEMENTAR

- GOLDMANN, Heinz M. *Estratégias inovadoras de vendas - como conquistar e manter clientes em mercados competitivos*. Rio de Janeiro: Ediouro, 1997.
- KOTLER Philip; ARMSTRONG, Gary. *Princípios de marketing*. 7ª ed. Rio de Janeiro: Prentice Hall do Brasil, 1998.
- SEELYE, Richard S.; MOODY, O. Willian. *A venda começa quando o cliente diz não*. São Paulo: Makron Books, 1994./
- BROOKS, William T. *Vendendo para nichos de mercados: como encontrar seu cliente em um mercado saturado*. São Paulo: Atlas, 1993.
- DANTAS, Edmundo B. *Telemarketing - a chamada para o futuro*. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 1997.
- LAS CASAS, Alexandre L. *Marketing de varejo*. São Paulo: Atlas, 1994.





ULBRA – UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL

CURSO: GESTÃO DE NEGÓCIOS INTERNACIONAIS E GESTÃO BANCÁRIA

DISCIPLINA: Câmbio, Exportação e Importação

ANO/SEM:2008/2

PROFESSOR: Flávio José Morsch

Nº:800978

H/A: 68

PLANO DE ENSINO

1. **COMPETÊNCIAS:** Conhecer e distinguir mecanismos internacionais de comércio, transportes, preços, nomenclatura, modalidades de pagamento e câmbio. Reconhecer a dependência e as relações do sistema cambial e financeiro do Brasil com o comércio internacional. Reconhecer os organismos que regem o comércio no Brasil e no exterior e a jurisdição de cada um deles.

2. **HABILIDADES:** Identificar as relações entre o câmbio e as transações comerciais. Verificar a ação dos órgãos que interferem no comércio exterior e no câmbio. Escolher as modalidades propícias e cada transação internacional e os procedimentos legais. Buscar o devido enquadramento sob o aspecto administrativo, aduaneiro, tributário, e cambial. Conduzir exportações e importações dentro das regras cambiais e administrativas. Criticar e elaborar documentação.

3. **BASES TECNOLÓGICAS:** Apresentar os mecanismos do comércio internacional, do câmbio, de exportação e de importação no Brasil, e sua inserção internacional. Política internacional e brasileira. Documentação e financiamentos.

Distinguir os mercados e regimes de câmbio, as formas de pagamento no comércio exterior, as modalidades de transportes, preços, tratamento administrativo e tributário.

4. **METODOLOGIA DE ENSINO:** Aulas expositivas, interação, painéis, exercícios. Construção de um arcabouço de referência que permita a busca de informações específicas na fonte pertinente. Estímulo ao raciocínio comparativo e disposição de âncoras para discernimento da vasta normatização do assunto. Insistência na diferenciação dos conceitos e do vocabulário típico. Incentivo ao



debate. Casos práticos com exemplos numéricos. Simulações de eventos, com valores e datas.

5. **AVALIAÇÃO:** Pela Resolução 120 de 25.09.02, são duas provas no semestre, a segunda com peso em dobro. Teor das questões no estilo "fazer pensar" e situar-se, mais do que a memorização avulsas. Média de 6,0 para aprovação. Presença mínima de 75 por cento.

6. **PROGRAMA:**

- 1º ENCONTRO - Política brasileira de comércio exterior;
- 2º ENCONTRO - Modalidades de pagamentos;
- 3º ENCONTRO - Incoterms;
- 4º ENCONTRO - Regras de cobrança e carta de crédito;
- 5º ENCONTRO - Contratos de câmbio;
- 6º ENCONTRO - Aspectos cambiais de importação e exportação;
- 7º ENCONTRO - Aspectos tributários;
- 8º ENCONTRO - G1;
- 9º ENCONTRO - Aspectos administrativos e aduaneiros;
- 10º ENCONTRO - Formação de preços;
- 11º ENCONTRO - Documentos na exportação;
- 12º ENCONTRO - Documentos na importação;
- 13º ENCONTRO - Financiamentos à exportação;
- 14º ENCONTRO - Financiamentos à importação;
- 15º ENCONTRO - Casos especiais;
- 16º ENCONTRO - G2;
- 17º ENCONTRO - Revisão
- 18º ENCONTRO - Substituição
- EAD – Regimes de câmbios
- EAD – Nomenclatura
- EAD – Operações específicas

7. **BIBLIOGRAFIA:** * Exportação – José Augusto de Castro –

Aduaneiras

- * Noções básicas de importação – João dos Santos Bizelli – Aduaneiras
- * Negócios internacionais – Douglas S. Hartung – Qualitymark
- * Memórias de um Trader – Roberto Fonseca – IOB
- * Transportes e Seguros no COMEX – Samir Keed - Aduaneiras





UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL

ULBRA

CURSO SUPERIOR DE FORMAÇÃO ESPECÍCA – TECNOLOGOS
DISCIPLINA: ESTRATÉGIAS EMPRESARIAIS INTERNACIONAIS

ANO/SEM: 2008/2

Nº: 800585

H/A:68

PROGRAMA DA DISCIPLINA

Apresentação do professor e dos principais tópicos a serem desenvolvidos
Idéia do negócio: o negócio, estrutura, missão, visão
Estratégia: conceitos
Pensamento Estratégico: introdução; origens e evolução
Cenário global: Técnicas de cenário; pesquisa e análise
Cenário global: Técnicas de cenário; pesquisa e análise
O desafio para gerencia internacional: Empreendedorismo estratégico; gerência internacional e novas competências; recursos humanos na globalização
O desafio para gerencia internacional: Empreendedorismo estratégico; gerência internacional e novas competências; recursos humanos na globalização
Fixação do Conteúdo
Expansão internacional: Competitividade; Investimento estrangeiro; impacto cultural; gestão ambiental, estratégia global
Expansão internacional: Competitividade; Investimento estrangeiro; impacto cultural; gestão ambiental, estratégia global
Alianças estratégicas internacionais: Join Venture; arranjos cooperativos
Estratégia e controladoria: controle; balanced scorecard
Balanced scorecard como ferramenta estratégica
Estratégias competitivas emergentes



Estratégias competitivas emergentes

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica						
Título/Periódico	Autor	Edição	Local	Editora	Ano	LT
1-CUSTO & DESEMPENHO	Kaplan, Robert S. & Cooper, Bobin		São Paulo	Futura	2000	
2-GESTÃO ESTRATÉGICA DE NEGÓCIOS	Cavalcanti, Marly (organizadora)	1	São Paulo	Thomson Pioneira	2001	
3-COMPETITIVIDADE, ALIANÇAS E GERÊNCIA INTERNACIONAL	Rodrigues, Suzana Braga (organizadora)	1	São Paulo	Editora Atlas S.A	1999	
Bibliografia Complementar						
Título/Periódico	Autor	Edição	Local	Editora	Ano	
4-ESTRATÉGIA	Costa, Benny Kramer & Almeida, Martinho I. Ribeiro de (organizadores)	1	São Paulo	Editora Atlas S.A	2002	
OS DEZ ANOS QUE ABALARAM O SÉCULO XX.	Vizentini, Paulo		Porto Alegre	Novo Século	2003	
Outros						





UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL

CURSO(S): Ciência Política

ANO/SEM: 2008/2

DISCIPLINA: Relações Internacionais

Nº: 800582

H/A: 68

PLANO DE ENSINO

EMENTA: Estuda os conceitos básicos das Relações Internacionais, no sentido de possibilitar a análise do sistema internacional. Analisa o cenário internacional em duas perspectiva: histórica e atual. Examina, também, os instrumentos de formulação e implantação de política internacional.

OBJETIVOS

DO CURSO: Ver curso

DA DISCIPLINA:

GERAL – Estudar questões teóricas, históricas e conjunturais das Relações Internacionais.

ESPECÍFICOS

- Possibilitar ao aluno o contato com o quadro teórico clássico e contemporâneo das Relações Internacionais.
- Analisar as grandes mudanças no sistema internacional contemporâneo.
- Estudar as novas questões que definem as relações internacionais no mundo pós-guerra fria.



PROGRAMA DA DISCIPLINA

UNIDADE I: Teoria das Relações Internacionais:

- 1.1. Evolução Histórica
- 1.2. Questões Conceituais
- 1.3. Debate Teórico: Realismo, Idealismo, Crítica

UNIDADE II - Reflexões Históricas:

- 2.1. As Relações Internacionais anterior a Guerra Fria
- 2.2. As Relações Internacionais no mundo Bipolarizado

UNIDADE III –As Relações Internacionais no pós-guerra fria:

- 3.1. Os perdedores da Nova Ordem
- 3.2. Os articuladores da Nova Ordem

UNIDADE IV - As Mudanças no Sistema Internacional Contemporâneo:

- 4.1. Do Sistema bipolar heterogêneo ao sistema polaridades indefinidas
- 4.2. Transformações nas dimensões Políticas e Econômicas
- 4.3. O Estado face aos novos processos e atores do cenário internacional
- 4.4. Os conflitos internacionais

METODOLOGIA DE ENSINO

A disciplina será desenvolvida através de aulas expositivas, seminários, utilização de filmes e documentários. O professor disponibilizará a bibliografia que norteará os conteúdos que serão desenvolvidos ao longo do semestre. As aulas expositivas contarão com a participação sistemática dos alunos, que deverão realizar leituras prévias para fundamentar a participação nas aulas

ATIVIDADE DISCENTE

Os alunos deverão ler a bibliografia indicada e selecionada, analisar as questões teóricas em curso, assim como terão que escrever textos que demonstrem reflexão e compreensão das temáticas abordadas ao longo do semestre.

AValiação

Duas provas dissertativas, um seminário e um trabalho.



BILBIOGRAFIA BÁSICA

- HILLIDAY, Fred. *Repensando as Relações Internacionais*. Porto Alegre, Ed. da Universidade/UFRGS, 1999.
- ARON, Raimundo. *Guerra e Paz entre as Nações*. Brasília: UnB, 1986.
- VIZENTINI, Paulo. *Dez Anos que Abalaram o Século XX*. Porto Alegre: Novo Século, 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- MONIZ BANDEIRA, L. A. *Estado Nacional e Política Internacional na América Latina*. São Paulo, Ensaio, 1993.
- ALMEIDA, Paulo Roberto. *Relações Internacionais e Política Externa Brasileira*. Porto Alegre: Ed. da Universidade/UFRGS, 1998.
- HUNTINGTON, Samuel P. *O Choque de Civilizações e a Recomposição da Ordem Mundial*. Rio, Objetiva, 1997;
- CERVO, Amado Luiz (org.) *O Desafio Internacional: a política exterior do Brasil de 1930 até os nossos dias*. Brasília: Ed. Universidade de Brasília, 1994.
- MAGNOLI, Demétrio, *Globalização, Estado nacional e espaço mundial*. Editora Mundial, SP, 1997.
- VIZENTINI, Paulo. *A Política Externa do Regime Militar Brasileiro: Multilateralização, desenvolvimento e a construção de uma potência média (1964-1985)* Porto Alegre: Ed. da Universidade/UFRGS, 1998.
- DUROSELELLE, Jean-Baptiste. *Todo Império Perecerá. Teoria das Relações Internacionais*. Brasília, UnB, 2000.



UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL

ÁREA DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS APLICADAS

CURSO: Gestão de Recursos Humanos e Logística

DISCIPLINA: Sistemas de Informações Gerenciais

CÓDIGO: 302585

ANO/SEM.: 2008/2

CRÉDITOS: 4

HORAS/AULA

TOTAIS: 68

PLANO DE ENSINO APRENDIZAGEM

1. EMENTA

Sistema Empresa. Sistemas de Informação. Tecnologia da Informação. Informação Empresarial. Introdução à Metodologia para Desenvolvimento de Sistemas de Informação. Sistemas de Informação Estratégico e de Gestão (Executivos). Inteligência competitiva e informações para apoio a tomada de decisão. Gestão do conhecimento e tecnologia da informação.

2. OBJETIVOS

2.1 Do Curso

O Curso Superior de Tecnologia em Comércio Exterior tem por objetivo principal formar recursos humanos qualificados para atuar em qualquer cenário ou organização de natureza política, econômica e cultural relacionados aos negócios internacionais e ao comércio exterior. O curso tem como objetivos específicos capacitar os alunos para o uso de modernos instrumentos relativos aos processos de planejamento, gestão e controle de empresas; para utilizar o instrumental necessário para monitorar e gerenciar os fenômenos da globalização e a integração econômica e dos fluxos comerciais e financeiros internacionais; para proporcionar o conhecimento e o manejo de técnicas de negociação e estratégia empresarial voltados para o mercado internacional.

2.2 Da Disciplina

2.2.1 Competências

Valorizar e aplicar com base na identificação, análise e gerenciamento das informações que possibilitem a gerência a integração da organização. Perceber o relacionamento do fluxo de informações na organização de forma que sirvam de base para a tomada de decisão. Conhecer o ambiente tecnológico e as principais ferramentas de TI.

2.2.2 Habilidades

Identificar e desenvolver sistemas de informação nas organizações; ter o conhecimento técnico-científico, capacidade, discernimento e competência técnica para utilizar os recursos de



informação na empresa, levando em conta as necessidades, prioridades e a estratégia da organização;
- ter a capacidade de reconhecer e analisar os processos da organização, os seus fatores críticos de sucesso bem como desenvolver uma visão sistêmica.

3. ABORDAGENS TEMÁTICAS

- Identificação das informações e respectivo fluxo existente nas organizações;
- Necessidade, utilidade e aproveitamento de informações na gerência;
- Integração sistêmica das comunicações no processo de gestão

4. DESENVOLVIMENTO

ENC.

BASES TECNOLÓGICAS

1º Aula

Introdução à disciplina,
Plano de ensino
Bibliografia
Integração dos alunos
Organizações, Sistemas e Visão Sistêmica

2º Aula

O ambiente organizacional e as Funções Empresariais

3ª Aula

A Economia Digital, as Pressões Negócio e Respostas organizacionais com o uso da TI

4º Aula

Dado, informação e conhecimento

5º Aula

Sistemas de informação

6º Aula

Tecnologia da informação

7º Aula

Tecnologia da informação

8º Aula

Processos e informação

9º Aula

Processos e informação



10º Aula

Prova G1

11º Aula

Aplicações empresariais

12º Aula

Sistemas de Apoio às operações

13º Aula

Sistemas de Apoio Gerencial

14º Aula

Planejamento estratégico da tecnologia da informação - PETI

15º Aula

Metodologias para desenvolvimento de sistemas de informação

16º Aula

Política de Segurança da informação

17º Aula

Política de Segurança da informação

A ética na gestão da Tecnologia da informação

18ª aula

Prova G2

19ª aula

Revisão conteúdo

20ª aula

Prova de substituição

5. ORGANIZAÇÃO METODOLÓGICA

Aulas expositivas para apresentação dos conceitos e técnicas, com estímulo à participação dos alunos na apresentação de exemplos;
Leituras individuais e em grupo;
Trabalho individual e em equipe



6. PROCESSOS AVALIATIVOS

Aulas expositivas e dialogadas para apresentação dos conceitos básicos;
Exercícios de fixação;
Seminários apresentados pelos alunos;
Estudos de caso;
Visita técnica a empresas que se utiliza de sistemas de informações mercadológicas;
Aulas à distância;
Exercícios no laboratório de informática.

7. BIBLIOGRAFIA BÁSICA RECOMENDADA

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Sistemas de Informações Gerenciais: Estratégias, Táticas, Operacionais. 2ª edição. São Paulo: Atlas, 2001
MCGEE, James. Gerenciamento Estratégico da Informação: Aumente a Competitividade e a Eficiência de sua Empresa utilizando a Informação como uma Ferramenta Estratégica. 8ª edição. Rio de Janeiro: Campus, 2004
REZENDE, Denis A. Tecnologia da Informação aplicada a Sistemas de Informação Empresarial. 3ª edição, São Paulo: Atlas, 2006.
LANDON, Kenneth C. E.; LANDON, Jane Price. Gerenciamento de Sistemas de Informações. 1ª edição. São Paulo: Prentice Hall, 2003

8. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR RECOMENDADA

CRUZ, Tadeu. Sistemas de Informações Gerenciais. 2ª edição. São Paulo: Atlas, 2000
ALBERTIN, Alberto Luiz. Comércio Eletrônico: modelo, aspectos e contribuições de sua aplicação. 1ª edição. São Paulo: Atlas, 2001
GRAEML, Alexandre Reis. Sistemas de Informação: o alinhamento da estratégia de TI com a estratégia corporativa. 2ª edição. São Paulo: Atlas, 2000
LAUDON, Kenneth C. Sistemas de Informações: Com internet. 1ª edição. São Paulo: LTC, 1999





UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL

ULBRA

ÁREA DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO	ANO/SEM.: 2009/1
DISCIPLINA: Comércio Exterior	CRÉDITOS: 4
CÓDIGO: 302504	C/H TOTAL: 68

PLANO DE ENSINO-APRENDIZAGEM

1. EMENTA

A relação que envolve as organizações com o mercado. Influências e reflexos da economia mundial em relação à Brasileira: Aspectos de fronteiras, exportações, e importações. Procedimentos práticos nos processos de exportação e importação. Os aspectos sistêmicos do comércio internacional.

2. OBJETIVOS

2.1 Geral:

Capacitar o aluno para aplicação de conceitos nos processos que envolvem comercialização nas exportações, importações, e trâmites gerais dos negócios internacionais.

2.2 Específicos:

- 2 Reconhecer os conceitos gerais dos processos e métodos que oportunizem uma ação segura e rápida dentro da gestão do comércio internacional, principalmente nas áreas de exportação e importação.
- 3 Compreender a aplicação de conceitos acerca dos processos operacionais em nível de negócios internacionais, através do processo sistêmico ligados a estas operações.
- 4 Compreender a relação entre modelos econômicos mundiais, com base nos procedimentos legais, taxas, impostos, ligados a determinada classe mundial de produtos, e formação do preço de venda na exportação.

3. PROGRAMA

- I – Conhecimentos básicos a respeito do Comércio Exterior:
 - - A utilização dos incoterms no Comércio Internacional,
 - – Funcionamento da estrutura do comércio exterior Brasileiro,
 - – Principais demandas legais do comex,



- – Otimização dos processos mercadológicos ligados ao mercado externo
- II – Linguagem do comércio internacional,
 - – As responsabilidades
 - – A utilização dos procedimentos FOB, CIF entre outros
 - – Noções cambiais
 - – A influência nas operações através da utilização dos incoterms
- III – As exportações
 - – Aspectos práticos e técnicos para o seu funcionamento
 - – Principais documentos envolvidos neste processo
 - – As principais formas de pagamentos utilizadas no comex
 - – As formas de distribuição e canais de distribuição no processo de exportações
 - – Impostos e taxas cobrados em nível do processo de exportação
 - – A melhor utilização dos modais para a otimização do processo de exportação
 - – Aspectos legais que dão origem e funcionamento dos processos de exportações
- IV – As importações
 - – Base legal que dará origem ao processo de importação
 - – Principais agentes governamentais envolvidos nas importações
 - – Características básicas para efetivarmos as importações
 - – Atualização do imposto de importação
 - – Reconhecimento nas zonas primárias do processo de parametrização das cargas
- V – Modalidades de pagamentos no comércio exterior e suas características:
- VI – Disposições aduaneiras especiais e atípicas:
 - – Trânsito aduaneiro
 - – Exportação temporária
 - – Admissão temporária
 - – Entrepasto aduaneiro
 - – Entrepasto industrial
 - – As características e utilização do Drawback
- VII – Operacionalização dos processos de exportação e importação:
 - – Tipos de modais utilizados e as reais influências no custo das operações
 - – Formação do preço de venda de exportação
 - – Formação do preço de venda nas importações

4. DESENVOLVIMENTO

AULA	
1ª e 2ª	● I – Conteúdos básicos do comércio Internacional



	<ul style="list-style-type: none"> ● - A lógica dos processos globais dentro das organizações ● - Principais órgãos gestores do comércio exterior Brasileiro
3ª e 4ª	<ul style="list-style-type: none"> ● II – Linguagem do comércio internacional <ul style="list-style-type: none"> ○ - O mecanismo de utilização dos incoterms ○ – Características dos incoterms ○ - As principais responsabilidades dentro das operações
5ª, 6ª, 7ª e 8ª	<ul style="list-style-type: none"> ● III – As Exportações <ul style="list-style-type: none"> ○ - Critérios e conhecimento das operações de exportação ○ – Documentação envolvida neste processo ○ – Características das negociações ligadas a área ○ – Aspectos práticos das exportações ○ – Habilidades dos exportadores - Principais aspectos de taxas e impostos e taxas cobrados nas exp.
9ª e 10ª	<ul style="list-style-type: none"> ● IV – As importações <ul style="list-style-type: none"> ○ – Critérios e conhecimento das operações de importação ○ – Documentação envolvida nas importações ○ – Bases de atuação do Imposto de importação ○ – Formas de Declararmos as mercadorias importadas
11ª	Fechamento da Avaliação de G1
12ª, 13ª e 14ª	<ul style="list-style-type: none"> ● V – Disposições aduaneiras especiais e atípicas ● Trânsito aduaneiro ● Exportação temporária ● Admissão temporária ● Entrepasto aduaneiro ● Entrepasto industrial ● A utilização do Drawback ● Estudo dos processos das zonas primárias e secundárias no comex
15ª, 16ª e 17ª	<p>Características dos processos operacionais das exportações e importações</p> <p>Análise do tipo de modais e a implicação no custo da operacional</p> <p>Formação do preço de venda de exportação</p> <p>Formação do preço de venda de importação</p>
18ª	Fechamento da avaliação G2
19ª	Revisão de conteúdo
20ª	Fechamento do semestre através da realização da substituição de grau
<p>5. ORGANIZAÇÃO METODOLÓGICA</p> <p>As aulas serão expositivas dialogadas com apoio da bibliografia recomendada, utilizando-se o quadro de giz, retro projetor de laminas, <i>datashow</i>. Os conteúdos são apresentados pelo professor, com prévia leitura extra-classe pelos alunos, e após aberto à participação dos alunos para questionamentos e debates críticos e reflexivos. Haverá também a pratica de exercicios e leitura de textos pelos alunos em classe e extra classe.</p>	



6. PROCESSOS AVALIATIVOS

O processo de avaliação será coerente com os conhecimentos, habilidades e atitudes esperados na aprendizagem dos alunos em função dos objetivos da disciplina. A avaliação ocorrerá por questões objetivas (dissertativas) e práticas, através de duas provas individuais (G1 e G2), sendo a primeira, com peso 1 (um), sobre os conteúdos do 1º bimestre e a segunda, com peso 2 (dois), contendo toda a matéria. A aluno para ser aprovado deve alcançar média ponderada entre os graus G1 e G2, nota mínima 6 (seis). Terá direito a substituição de um dos graus com prova cumulativa (G3) e peso igual ao do grau substituído, caso não obtenha atingido a média mínima das avaliações G1 e G2. A parte pratica da avaliação conterà estudos de caso e/ou visitas em empresas com apresentação de trabalhos escritos na forma individual ou em grupos . O grau da parte pratica será integralizado ao grau da G1 e/ou G2, com peso ponderado de 6 (seis) pontos complementando o peso da prova individual e igual a 4 (quatro).

7. BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- LOPES VAZQUEZ, José. Manual de exportação. São Paulo, Editora Atlas, 2002.
- MAIA, Jaime de Mariz. Economia Internacional e Comércio Exterior, Atlas, São Paulo: Atlas, 2001.
- RATTI, Bruno. Comércio Internacional e Câmbio, São Paulo: Aduaneiras, 2001

8. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- BORTOTO, Artur Cesar. COMÉRCIO EXTERIOR, TEORIA E GESTÃO. São Paulo. Editora Atlas, 2007.
- MINERVINI, Nicola. O Exportador, ferramentas para atuar com sucesso em mercados internacionais. São Paulo: Makron, 1991.
- DIAS RONALDO, Waldemar Rodrigues. Comércio Exterior. Teoria e Gestão. São Paulo: Atlas, 2004.
- MARTINELLI, Dante Pinheiro. Negociação Empresarial. Enfoque Sistemico e Visão Estratégica. São Paulo: Manole, 2002.
- PORTER, Michel. Vantagem Competitiva: criando e sustentando um desempenho superior. 12 ED. Rio de Janeiro: Campus, 1989.





UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL

CURSO: Gestão de Negócios Interacionais **ANO/SEM.:** 2009/1
DISCIPLINA: Economia Internacional e Integração Econômica
Nº: 801530 **H:** 68

PLANO DE ENSINO

COMPETÊNCIAS

Identificar os elementos para percepção dos fenômenos e fatos econômicos interpretam de variáveis e relações que afetam e/ou decorrem do fluxo econômico e financeiro internacional, diante da realidade econômica mundial.

HABILIDADES

Compreender as relações econômicas internacionais e sua importância num mercado globalizado. Entender a Teoria do Balanço de Pagamentos e principais aspectos da política cambial brasileira, com vistas a atuar neste segmento da economia.

BASES TECNOLÓGICAS

Conceitos, evolução e vantagens do comércio internacional, teorias do comércio internacional, política comercial entre os países. Teoria do Balanço de Pagamentos e Política Cambial. Mercado Cambial Brasileiro. Empresas multinacionais. Comércio internacional. A nova ordem econômica mundial.

PROGRAMA DA DISCIPLINA:

1. Introdução
 - 1.1 Economia Internacional e Teoria Econômica
 - 1.2 Objeto da Economia Internacional
 - 1.3 Teorias Clássicas do Comércio Internacional
2. Teoria pura do comércio internacional
 - 2.1 Vantagem Comparativa e Custos de Oportunidade
 - 2.2 A Curva de Possibilidade de Produção: Custos Constantes e Crescentes
 - 2.3 A Moderna Teoria de Comércio Internacional: Heckscher-Ohlin
3. Instrumentos de Política Comercial
 - 3.1 Tarifas e Subsídios
 - 3.2 Políticas Comerciais na Prática



4. O Balanço de Pagamentos
 - 4.1 A Conta Corrente
 - 4.2 A Conta de Capital
 - 4.3 Erros e Omissões
 - 4.4 Mensuração do Déficit ou do Superávit
5. O mercado cambial brasileiro
 - 5.1 Conceitos Fundamentais e Funcionamento
 - 5.2 Política cambial brasileira
6. Comércio Internacional
 - 6.1 A organização do Comércio Internacional
 - 6.2 Empresas multinacionais
7. A nova ordem econômica mundial

CRONOGRAMA

AULA	CONTEÚDO
1ª aula	Apresentação do conteúdo programático, bibliografia, método de trabalho e sistema de avaliação
2ª aula	Introdução à Economia Internacional e sua relação com a teoria econômica
3ª aula	Objeto e teorias clássicas do comércio internacional
4ª aula	Vantagens comparativas e custos de oportunidade e curva de possibilidades de produção
5ª aula	As teorias recentes do comércio internacional
6ª aula	Aplicações práticas
7ª aula	Fatores dinâmicos no comércio internacional. Mudança tecnológica
8ª aula	Comércio internacional, crescimento e desenvolvimento
9ª aula	Aplicações práticas
10ª aula	Verificação de grau 1
11ª aula	Aplicações práticas
12ª aula	Balanço de pagamentos
13ª aula	Análise do balanço de pagamentos do Brasil
14ª aula	O mercado cambial brasileiro: conceitos e funcionamento.
15ª aula	A organização do comércio internacional
16ª aula	A organização do comércio internacional (continuação)
17ª aula	Aplicações práticas
18ª aula	A nova ordem econômica mundial
19ª aula	Verificação de grau 2
20ª aula	Prova de substituição de grau



BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica:

CARVALHO, M.A. & SILVA, C.R.L. *Economia internacional*. São Paulo: Saraiva, 2000.

KRUGMAN, Paul & OBSTFELD, Maurice. *Economia Internacional: Teoria e Política*. São Paulo: Makron, 1999.

TAVARES, Maria da C. & FIORI, Luis. *Poder e Dinheiro*. A Economia Política da globalização. Petrópolis: Vozes, 1998.

RATTI, Bruno. *Comércio Internacional e Câmbio*. São Paulo: Aduaneiras, 2001

Bibliografia Complementar:

SALAMA, Pierre. *Pobreza e desigualdades no Terceiro Mundo*. São Paulo: Nobel, 1997

CAVES, Richard E. *Economia Internacional*. São Paulo. Saraiva, 2001

MAIA, Jayme de Mariz. *Economia Internacional e Comércio Exterior*. São Paulo. Atlas, 2001.





UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL

CENTRO: Centro de Educação Tecnológica

CURSO(S): Gestão Bancária

ANO/SEM.: 2009/1

DISCIPLINA: OPERAÇÕES FINANCEIRAS

N.º: 802422

H/A: 68

CR: 04

PROGRAMA DA DISCIPLINA

Apresentação do Programa/Levantamento de Expectativas
Produtos de Captação (Depósitos à Vista, CDB e RDB)
Produtos de Captação (TBF, TR, Redutor e Caderneta de Poupança)
Produtos de Captação (Letra de Câmbio e Letra Hipotecária)
Produtos de Captação (Títulos Públicos Federais e Títulos Privados)
Títulos de Capitalização
Previdência Privada (PGBL e VGBL)
Produtos de Empréstimo (<i>Hot Money</i> e Curto Prazo)
Produtos de Empréstimo (Médio Prazo e Longo Prazo)
<i>Factoring</i> e <i>Commercial Papers</i>
<i>Warrants</i> , <i>Export Notes</i> e Securitização de Recebíveis
Financiamento Imobiliário
Crédito Rural
Financiamentos para Investimentos
Operações de Leasing
Operações de Garantia
Mercado à Vista de Ações
Acompanhamento do Mercado Financeiro

BIBLIOGRAFIA

ASSAF NETO, Alexandre. *Mercado Financeiro*, 5ª. Ed. São Paulo: Atlas, 2003.

FORTUNA, Eduardo. *Mercado Financeiro – Produtos e Serviços*, 15ª. Ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.





UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL

1) IDENTIFICAÇÃO

Disciplina: Estrutura e Análise de Balanços

Código: 303505

Eixo de Formação: Profissional

Caráter: Obrigatório

CURSO: ADMINISTRAÇÃO

Nº de créditos: 04

Carga horária: 68 horas

Semestre Letivo: 2009/2

Professor:

2) EMENTA: OBJETO DE APRENDIZAGEM

Conceitos de estrutura e análise de balanços. Estrutura das Demonstrações Contábeis e Análise através dos indicadores conhecidos e aplicados na área empresarial.

3) OBJETIVOS DA DISCIPLINA

GERAL: Propiciar ao aluno conhecimentos básicos sobre a estrutura do Balanço Geral e a Análise das Demonstrações Contábeis.

ESPECÍFICOS: - Capacitar o aluno a interpretar a dinâmica patrimonial. Desenvolver no aluno a compreensão dos efeitos econômicos e financeiros dos resultados e do patrimônio empresarial.

Habilitar o aluno a emitir pareceres sobre a saúde econômica financeira da empresa

4) CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

4.1 Análise das Demonstrações Contábeis: Usuários, objetivos, finalidades, limitações da análise. Processo de análise: análise vertical e análise horizontal.

4.2 Estrutura das Demonstrações Contábeis: Balanço Patrimonial, Demonstração do Resultado do Exercício, Demonstração das Origens e Aplicações de Recursos, Demonstração de Lucros ou Prejuízos Acumulados, Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido, face a Lei Federal 6404 de 15.12.1976.

4.3 Reestruturação das Demonstrações Contábeis para análise.

4.4 Índices de estrutura patrimonial.

4.5 Análise Econômica e Financeira: Rotatividade – Rentabilidade – Liquidez.

4.6 Processo de Análise: Vertical e Horizontal.

4.7 Situação Financeira e Econômica.



5) BIBLIOGRAFIA

Básica:

BRAGA, Hugo Rocha. *Demonstrações contábeis: estrutura, análise e interpretação*. São Paulo: Atlas, 5ed, 2003.

REIS, Arnaldo Carlos de Resende. *Demonstrações Contábeis: estrutura e análise*. São Paulo: Saraiva, 2003.

MARION, José Carlos. *Análise das demonstrações contábeis: contabilidade empresarial*. São Paulo: Atlas, 2.ed, 2002.

Complementar:

FRANCO, Hilário. *Estrutura, análise e interpretação de balanços*. São Paulo: Atlas, 15ª ed, 1996.

RIBEIRO, Osni Moura. *Análise de balanços fácil*. São Paulo: Saraiva, 2000.

6) AVALIAÇÃO: INSTRUMENTOS E CRITÉRIOS

Para os bimestres a avaliação constará de questões objetivas (dissertativas) e práticas.

O sistema de avaliação será composto de Grau um (G1) com conteúdos do primeiro bimestre e Grau dois (G2) com conteúdos cumulativos, ou seja, de todo o semestre. O Grau um (G1) terá peso 1 (um) e o Grau dois (G2) terá peso 2 (dois). Terá aprovação, o aluno que alcançar, na média ponderada entre os Graus G1 e G2, nota igual ou superior a 6 (seis). Não obtendo a média 6 (seis) terá direito a substituição de um dos graus com prova cumulativa, e com peso igual, ao do grau substituído.

7) METODOLOGIA DE ENSINO

As aulas serão dialogadas e/ou expositivas utilizando-se como recurso didático o quadro de giz, exposição de quadros resumo e outros instrumentos; utilização de exercícios práticos elaborados pelos alunos e acompanhados pelo professor, objetivando relacionar à teoria à prática empresarial.

8) ATIVIDADES DISCENTES

*Trabalhos individuais e/ou em grupo com abrangência da parte teórica e prática da disciplina, em especial, com utilização de Balanços publicados em jornais, para trabalhos de análise.

9) CRONOGRAMA

1ª	Análise das Demonstrações Contábeis – objetivos, finalidades e usuários.
2.ª a 4ª	Estrutura do Balanço Geral - Demonstrações Contábeis face a Lei 6404/76: Balanço Patrimonial, Demonstração do Resultado do Exercício, Demonstração das Origens e Aplicações de Recursos, Demonstração de Lucros ou Prejuízos Acumulados e Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido.



5. ^a	Reestruturação das Demonstrações Contábeis para fins de Análise.
6. ^a a 7. ^a	Índices de Estrutura Patrimonial.
8. ^a	Avaliação: G1
9. ^a	Índices de Rotatividade.
10. ^a a 13. ^a	Índices de Rentabilidade.
14. ^a	Índices de Liquidez.
15. ^a	Análise Vertical e Horizontal.
16. ^a	Avaliação G2
17. ^a	Substituição de Grau (G1 ou G2)





UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL

ULBRA

CENTRO DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA

CURSO(S): SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM MARKETING

ANO/SEM.: 2008/2

DISCIPLINA: FUNDAMENTOS DE GESTÃO DE MARKETING

Nº: 302580

H/A: 68

PLANO DE ENSINO

1. PROGRAMA

A nova definição do marketing segundo a AMA (Associação Americana de Marketing). O que é Gestão de Marketing As tarefas do marketing.
Marketing Empreendedor, Marketing Profissionalizado, Marketing burocrático.
O Escopo do marketing. Uma visão abrangente das tarefas de marketing..
As decisões dos profissionais de marketing. Mercado consumidor, empresarial, global e sem fins lucrativos
Conceitos e Ferramentas de marketing. Conceitos centrais de marketing.
Necessidades desejos e demandas. Produto ou oferta. Valor e satisfação.
Troca e transações. Relacionamentos e redes. Canais de Marketing.
Cadeia de suprimento, concorrência
Ambiente de marketing. Mix de marketing.
Orientação de marketing.
Mercado-alvo. Necessidades dos clientes.
Marketing integrado.
O Marketing do futuro

2. BIBLIOGRAFIA

2.1. BÁSICA:

KOTLER, Philip. Marketing de A a Z. São Paulo. Campus. 2002.

KOTLER, Philip. Marketing para o Seculo XXI. São Paulo. 1999. Futura. 1999.

KOTLER Philip. Administração de Marketing. São Paulo: Atlas. 2001.



4.2. COMPLEMENTAR:

LUPETTI, Marcélia. Planejamento de Comunicação. São Paulo. Futura. 2.000.
SAMPAIO. Rafael. Propaganda de A a Z: Como construir marcas e empresas de sucesso. Carlos Sampaio.- Rio de Janeiro: Campus, ABP, 1995.
ROMAN, Kennet et. MAAS, Jane. Como fazer sua propaganda funcionar. Nobel. 1994
SIMONI. Jorge de. Promoção de Vendas. MakronBooks. 1997

2.3. OUTRAS REFERÊNCIAS:

SITES:

www.meiomensagem.com.br

www.abap.com.br

www.arpnet.com.br

PERIÓDICOS:

Principais Jornais brasileiros: O Globo, Folha de São Paulo, Estado de São Paulo, Jornal do Brasil e Zero Hora, Valor Econômico.

Principais Revistas brasileiras: Veja, Isto É, Exame, Época, Revista Propaganda, Marketing, Carta Capital.



UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL

ÁREA DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS APLICADAS

CURSO: Superior de Tecnologia em Comércio Exterior

DISCIPLINA: Projeto tecnológico – Comércio Exterior

CÓDIGO: 885005

ANO/SEM.: 2009/2

CRÉDITOS: 4

HORAS/AULA

TOTAIS: 68

Teóricas:

Práticas:

PLANO DE ENSINO APRENDIZAGEM

1. EMENTA

Esta disciplina visa proporcionar ao aluno o desenvolvimento de projetos na área do comércio exterior através de todo conhecimento adquirido ao longo do curso.

2. OBJETIVOS

Do Curso

O Curso Superior de Tecnologia em Comércio Exterior tem por objetivo principal formar recursos humanos qualificados para atuar em qualquer cenário ou organização de natureza política, econômica e cultural relacionados aos negócios internacionais e ao comércio exterior. O curso tem como objetivos específicos capacitar os alunos para o uso de modernos instrumentos relativos aos processos de planejamento, gestão e controle de empresas; para utilizar o instrumental necessário para monitorar e gerenciar os fenômenos da globalização e a integração econômica e dos fluxos comerciais e financeiros internacionais; para proporcionar o conhecimento e o manejo de técnicas de negociação e estratégia empresarial voltados para o mercado internacional.

Da Disciplina

Competências

- Conceber, elaborar e estruturar atividades da área de comércio exterior.
- Despertar para o desenvolvimento da gestão de pessoas para a melhoria na organização.
- Observar ambientes de trabalho, refletindo no mundo do trabalho externo às organizações/instituições.

Habilidades

Desenvolver eficazmente as ações de comércio exterior, compreendendo as dimensões do nível estratégico.



Elaborar e desenvolver as pesquisas de temas específicos e também apresentando os relatórios.

4. DESENVOLVIMENTO

ENC.	BASES TECNOLÓGICAS
1º Aula	Apresentação da disciplina, metodologia, bibliografia e avaliações.
2º Aula	A importância do desenvolvimento de projetos no âmbito do comércio exterior
3º Aula	Visita técnica a empresa da área
4º Aula	Elaboração Projeto Tecnológico
5º Aula	Elaboração Projeto Tecnológico
6º Aula	Elaboração Projeto Tecnológico
7º Aula	Elaboração Projeto Tecnológico
8º Aula	Elaboração Projeto Tecnológico
9º Aula	G1
10º Aula	Elaboração Projeto Tecnológico
11º Aula	Elaboração Projeto Tecnológico
12º Aula	Desenvolvimento e organização dos relatórios gerenciais
13º Aula	Práticas de Comércio Exterior
14º Aula	Elaboração Projeto Tecnológico
15º Aula	Elaboração Projeto Tecnológico
16º Aula	Elaboração Projeto Tecnológico
17º Aula	Elaboração Projeto Tecnológico
18º Aula	G2
19º Aula	Apresentação do Projeto
20º Aula	Substituição

5. ORGANIZAÇÃO METODOLÓGICA

Pesquisas ; Simulações, Visitas a empresas modelo, Palestras, Reuniões técnicas.

6. PROCESSOS AVALIATIVOS

Instrumentos de Avaliação: Avaliações parciais, trabalhos individuais e em equipe e participação nas atividades desenvolvidas nas vivências práticas dentro das organizações.

Critérios de Avaliação: O semestre será dividido em dois sub-períodos G1 e G2, sendo que no final do semestre haverá substituição de grau (Recuperação). Em cada um destes períodos a nota do aluno será distribuída da seguinte forma:

Trabalho em equipe (3) + Avaliação Individual (5) + Participação (2,0)

7. BIBLIOGRAFIA BÁSICA RECOMENDADA



WOLLENHAUPT, Sandro Celestino da Rosa. Metodologia Científica: Notas introdutórias. Porto Alegre: Razão Bureau, 2004

VERZUH, Eric . tradução de André de L. Cardoso. MBA Compacto: Gestão de Projetos. 7ª edição. Rio de Janeiro: Campus, 2000

DINSMORE, Paul Campbell; SILVEIRA NETO, Fernando Henrique da. Gerenciamento de Projetos: Como gerenciar seu projeto com qualidade, dentro do prazo e custos previstos. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004

8. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR RECOMENDADA

ENGEL, James F.; BLACKWELL, Roger D.; MINIARD, Paul W. Comportamento do Consumidor. Rio de Janeiro: LTC, 2000

OLIVEIRA, Djalma P. R. Planejamento Estratégico. São Paulo: Atlas, 2005

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

LEITE, César Balarine Cavalheiro. Perfil TI RS 2001: perfil empresarial, perfil social, perfil tecnológico, perfil do empreendedor, perfil mercadológico/coordenação de projeto. Porto Alegre: SSES PRO, 2002

