

DECLARAÇÃO

DECLARAMOS, para os devidos fins, que os conteúdos programáticos fornecidos ao estudante **JOÃO GABRIEL DE OLIVEIRA FREITAS** estão de acordo com o ano, semestre e carga horária constantes no histórico escolar apresentado.

Passado na Secretaria Acadêmica da Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul – UNIJUI, aos três dias do mês de março do ano de dois mil e vinte.

UNIJUI - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE
DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

Claudir Cesar Staats
Secretário Acadêmico Adjunto

PLANO DE ENSINO

DISCIPLINA: FORMAÇÃO E DESENVOLVIMENTO BRASILEIRO

CARGA HORÁRIA: 60 horas

CRÉDITOS: 4

ANO/PERÍODO DE OFERTA: 2010 / 2º Semestre

EMENTA

Formação e Desenvolvimento Brasileiro propõe-se a desenvolver a reflexão sobre o processo de construção do Brasil, enfocando as principais fases de sua trajetória, contextualizadas no cenário mundial: a formação da sociedade brasileira, de sua economia, seu processo de desenvolvimento, as forças sociopolíticas, a construção da identidade do país como nação diversificada étnica e culturalmente, os aspectos econômicos, sociais, políticos, culturais e educacionais que marcam sua trajetória histórica, os problemas atuais, suas possibilidades de organização, desenvolvimento e integração.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- 1 - O BRASIL HOJE – CARACTERÍSTICAS GERAIS
 - 1.1 – Formação do povo brasileiro e dinâmica populacional;
 - 1.2 – Indicadores econômicos e sociais;
 - 1.3 – Capitalismo – suas fases – blocos econômicos e globalização;
 - 1.4 – Principais fases da formação e desenvolvimento brasileiro.
- 2 - FORMAÇÃO DA SOCIEDADE AGRÁRIA BRASILEIRA: OCUPAÇÃO DO TERRITÓRIO, AGRICULTURA E ESTRUTURA FUNDIÁRIA
 - 2.1 – Fase primário-exportadora;
 - 2.2 – Economia de subsistência e os imigrantes;
 - 2.3 – Modernização da Agricultura;
 - 2.4 – Migrações e a redefinição do espaço rural.
 - 2.5 – Agricultura hoje – problemas, desafios e perspectivas;
- 3 - FORMAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DA SOCIEDADE URBANO-INDUSTRIAL
 - 3.1 – Industrialização – substituição de importações;
 - opções de desenvolvimento;
 - participação do estado;
 - fontes de financiamento;
 - formação e desenvolvimento da força de trabalho e da classe capitalista;
 - educação e formação de recursos humanos;
 - reflexos sociais no decorrer do processo de desenvolvimento brasileiro;
 - 3.2 – Crise econômica da década de 1980;
 - 3.3 – Realidade brasileira: problemas, desafios e perspectivas.
- 4 – ORGANIZAÇÃO POLÍTICA E CIDADANIA
 - 4.1 – Processo político brasileiro: autoritarismo X democracia;
 - 4.2 – Formas de organização e participação da sociedade civil;
 - 4.3 – Cultura e construção da identidade nacional.
- 5 - DESAFIOS DO DESENVOLVIMENTO BRASILEIRO
 - 5.1 – Implementação de um Projeto de Desenvolvimento;
 - 5.2 - A inserção do Brasil na economia e na ordem internacional.

BIBLIOGRAFIA

- BRUM, Argemiro Jacob. O desenvolvimento econômico brasileiro. 25.ed. Ijuí: Editora Unijui, 2008.
- BRUM, Argemiro Jacob. O Brasil no contexto mundial 2006. 3.ed.rev. Ijuí: Ed. Unijui, 2006.
- BRUM, Argemiro Jacob; TRENNEPOHL, Vera Lucia. Agricultura brasileira: formação, desenvolvimento e perspectiva. 3.ed.rev.ampl. Ijuí: Editora Unijui, 2004.
- CARVALHO, José Murilo de. Cidadania no Brasil: o longo caminho. 10.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.
- FAUSTO, Boris. História do Brasil. 11.ed. São Paulo: EDUSP, 2003.
- FURTADO, Celso. Formação econômica do Brasil. 30.ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2001.
- RIBEIRO, Darcy. O povo brasileiro: a formação e o sentido do Brasil. 2.ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.
- TRENNEPOHL, Vera L. Formação e Desenvolvimento Brasileiro. Ijuí: Editora Unijui, 2008. (Coleção Educação à Distância. Série Livro-Texto)
- Obs.: jornais, revistas, internet.

PLANO DE ENSINO

DISCIPLINA: DIREITO EMPRESARIAL

CARGA HORÁRIA: 60 horas

CRÉDITOS: 4

ANO/PERÍODO DE OFERTA: 2010 / 2º Semestre

EMENTA

Empresa. Empresário. Estabelecimento empresarial. Empresário Individual. Sociedades Empresárias. Sociedade Limitada. Sociedade Anônima. Resolução de Sociedades em Relação a um Sócio. Dissolução de Sociedades Empresárias. Contratos de Colaboração Empresarial. Direito Cambiário. Direito da Recuperação e da Falência da Empresa. Direito do Consumidor.

CONTEÚDO

1. O Direito Comercial e a Empresa:
 - 1.1 Conceito jurídico de empresa;
 - 1.2 Surgimento e desenvolvimento do fenômeno empresa;
 - 1.3 A empresa no Direito Brasileiro
 - 1.4 Sujeitos da empresa
 - 1.5 Estabelecimento empresarial
- 2 O empresário individual:
 - 2.1 Qualificação e restrições
 - 2.2 A constituição da firma individual e o nome empresarial;
 - 2.3 Responsabilidade patrimonial.
- 3 A Sociedade Empresária:
 - 3.3.1 Noções gerais;
 - 3.3.2 Classificação das sociedades empresárias;
 - 3.3.3 Personificação;
 - 3.3.4 Teoria da Desconsideração da Personalidade Jurídica;
4. Sociedades empresárias em espécie:
 - 4.1 Sociedade em nome coletivo: características.
 - 4.2 Sociedade em Comandita Simples: características
 - 4.3 Sociedade Limitada a) legislação; b) constituição c) deveres e responsabilidades dos sócios; d) nome empresarial; e) deliberações dos sócios; f) administração; g) conselho fiscal; h) cessão de cotas; i) sucessão; j) penhorabilidade das quotas sociais; l) aumento e redução do capital social.
 - 4.4 Sociedade Anônima ou Companhia: a) legislação; b) classificação; c) capital social; d) ações e outros títulos mobiliários; e) responsabilidade dos acionistas e do acionista controlador; f) objeto social; g) nome empresarial; h) constituição; i) direitos essenciais dos sócios; j) órgãos societários; l) administração.
 - 4.5 Sociedade em Comandita por Ações: características.
- 5 Transformação, cisão, fusão e incorporação de sociedades empresárias.
- 6 Dissolução, liquidação e extinção de sociedades empresárias.
- 7 Contratos Empresariais:
 - 7.1 Noções Gerais;
 - 7.2 Contratos empresariais em espécie:
 - 7.2.1 Contratos de colaboração;
- 8 Noções e conceitos básicos relativos ao título de crédito.
- 9 Letra de cambio (legislação, conceito, origem, e evolução, características, requisitos essenciais e supríveis, modalidades, aceite, aval, endosso, protesto, vencimento, pagamento, ação cambial e prescrição). (Decreto nº 2.044/1908- Decreto nº 57.663 de 24/01/1966- Código Civil Brasileiro).
- 10 Nota promissória (legislação, conceito características, requisitos, modalidades, aval, endosso, vencimento, pagamento, protesto, ação cambial e prescrição). (Decreto nº 2.044/1908- Decreto nº 57.663 de 24/01/1966).
- 11 Cheque (legislação, conceito, pressupostos de emissão, requisitos essenciais, e supríveis, circulação, aval, apresentação e pagamento, modalidades, ação cambial, ação de locuplemento). (Lei nº 7.357 de 02/09/1985).
- 12 Duplicatas (legislação, origem, conceito, fatura, requisitos, remessa e devolução, pagamento, protesto, ação cambial, duplicata de prestação de serviços). (Lei nº 5.474 de 18/07/1968).
- 13 Títulos de créditos Rural (cédula de credito, notas de créditos, duplicatas rurais e notas promissórias rurais, cédula de produtos rurais- Legislação, conceitos, requisitos, causas de emissão, garantias, ação cambial e prescrição). (Decreto- lei nº167/1967- Lei nº 8.929 de 22 / 08/ 1994).

- 14 Títulos de Créditos industriais (cédulas e notas de créditos- legislação, conceitos, requisitos, causas de emissão, garantia, ação para cobranças, prescrição) (Decreto Lei nº 413/1969).
- 15 Títulos de credito comercial (cédulas e notas de créditos- Legislação, conceitos, requisitos, causas de emissão, garantias, ação para cobranças, prescrição). (Lei nº 6.840 de 03/11/1980- Decreto Lei nº 413/1969)
- 16 Cédulas de credito bancário (legislação, conceitos, requisitos, causas de emissão, garantias, ações, prescrição. (Lei nº 10.931/2004).
- 17 O Novo Direito Falimentar
- 18 As Disposições Preliminares da Nova Lei de Falência e Recuperação de Empresa.
- 19 A Verificação e Habilitação de Créditos.
- 20 O Administrador Judicial e o Comitê de Credores.
- 21 A Assembleia Geral dos Credores.
- 22 Recuperação Judicial da Empresa:
- 23 Plano de Recuperação da Empresa.
- 24 Plano Especial da Recuperação Judicial da Micro e Pequena Empresa.
- 25 Convolução da Recuperação Judicial em Falência.
- 26 A Falência:
- 27 O Estado Falimentar
- 28 Classificação dos Créditos.
- 29 O Pedido de restituição.
- 30 O Procedimento para a Decretação da Falência.
- 31 Os Direitos e Deveres do Falido e dos Sócios da Falida.
- 32 A Auto-Falência e o Pedido.
- 33 A Arrecadação e Guarda dos Bens do Falido.
- 34 Os Efeitos da decretação da Falência.
- 35 Da Ineficácia e Revogação dos Atos Anteriores à Falência
- 36 Da Realização do Ativo e Solução do Passivo.
- 37 O Encerramento da Falência e Extinção das Obrigações do Falido.
- 38 Da Recuperação Extrajudicial.
- 39 Disposições Penais.
- 40 Crimes em Espécie e Procedimento Penal.
- 41 Disposições Finais e Transitórias.
- 42 Direito do Consumidor.
- 43 Relação de Consumo no fornecimento de bens e serviços.
- 44 Fornecedor de bens e serviços.
- 45 Consumidor de bens e serviços.
- 46 Direitos básicos do consumidor.

BIBLIOGRAFIA

- ABRÃO, Nelson. Direito Bancário. São Paulo: Saraiva.
- AMARQUES, Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor. São Paulo: RT.
- BULGARELLI, Waldirio. Direito Empresarial Moderno. Rio de Janeiro: Forense.
- _____. Novos Estudos de Direito Societário. São Paulo: Saraiva.
- COELHO, Fábio Ulhoa. Curso de Direito Comercial. São Paulo. Saraiva: 3 v.
- _____. Manual de Direito Comercial. São Paulo: Saraiva.
- DONATO, Maria Antonieta Zanardo. Proteção ao Consumidor: conceito e extensão. São Paulo: RT.
- LUZ, Aramy Dornelles da. Negócios Jurídicos Bancários. O Banco Múltiplo e seus Contratos. São Paulo: Editora Juarez de Oliveira.
- MARTINS, Fran. Curso de Direito Comercial. Rio de Janeiro: Forense.
- NUNES, Luiz Antônio Rizzato. Comentários ao código de defesa do consumidor: direito material (arts. 1º a 54). São Paulo: Saraiva.
- OLIVEIRA, Celso Marcelo de. Direito Falimentar e Recuperação Judicial de Empresas. São Paulo: Editora Jurídica Brasileira.
- PELEGRINI GRINOVER, Ada et al. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor. Rio de Janeiro: Forense.
- REQUIÃO, Rubens. Curso de Direito Comercial. São Paulo: Saraiva. 2 v.

PLANO DE ENSINO

DISCIPLINA: ELEMENTOS DE ECONOMIA E FINANÇAS

CARGA HORÁRIA: 60 horas

CRÉDITOS: 4

ANO/PERÍODO DE OFERTA: 2010 / 2º Semestre

EMENTA

Tem como finalidade fornecer uma ferramenta de decisão, aos acadêmicos de administração, economia e informática, referente a conhecimentos técnicos e a métodos quantitativos econômicos e financeiros de suporte, abrangendo o cálculo financeiro através da utilização de instrumentos como: calculadoras científicas e financeiras e do computador. Os conteúdos abordados são: Sistema de capitalização simples e composto. As técnicas de desconto simples e composto. As diferentes taxas de juros. A inflação e a correção monetária. Os sistemas de capitalização e amortização de séries uniformes. Empréstimos e planos de amortização.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Conhecimentos financeiros básicos:

Razões e Proporções;

Valores e Tempo.

2. Regime de capitalização simples:

Juros simples. Capital, juro e montante;

Taxas proporcionais;

Desconto simples comercial e racional;

3. Regime de capitalização composta:

Juros compostos;

Taxas de juros: nominal, efetiva, proporcional, equivalente e real;

Desconto composto comercial;

Desconto composto racional;

Rendas Certas.

4. Planos de Capitalização e Amortização:

Séries uniformes postecipadas;

Séries uniformes antecipadas;

Séries uniformes diferidas;

Equivalência de capitais;

Fluxo de caixa.

5. Sistemas de Amortização:

Planos de Financiamentos;

Sistema de Amortização Francês;

Sistema de Amortização Constante;

Sistema de Amortização Misto;

Sistema de Amortização Americano;

Custo efetivo de um empréstimo.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ASSAF NETO, Alexandre. Matemática Financeira e suas aplicações. 8a ed. São Paulo: Atlas, 2003.

CRESPO, Antonio Arnot. Matemática Comercial e Financeira Fácil. 13. ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

HAZZAN, Samuel. POMPEO, José Nicolau. Matemática Financeira. 5 ed. São Paulo: Saraiva, 2001

PUCINI, Abelardo de Lima. Matemática Financeira: Objetiva e aplicada. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

UNIJUI - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

Claudir Cesar Staats
Secretário Acadêmico Adjunto

PLANO DE ENSINO

DISCIPLINA: TECNOLOGIA E MEIO AMBIENTE

CARGA HORÁRIA: 60 horas

CRÉDITOS: 4

ANO/PERÍODO DE OFERTA: 2010 / 2º Semestre

EMENTA

Desenvolver a reflexão sobre a interação da sociedade humana com a natureza, considerando o processo de desenvolvimento econômico, sócio-cultural e os impactos da ciência e tecnologia no ambiente e sobre a dinâmica natural, apresentando os mecanismos sociais de regulação da ação humana sobre a natureza, estimulando a responsabilidade socioambiental

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Introdução Geral: Ciência, Tecnologia e Ambiente

Unidade A: dinâmica natural

1. Dimensão temporal da Vida sobre a Terra

2. Saber ambiental, Ciência e Tecnologia

3. Princípios de regulação e limites de um ecossistema, estrutura e funcionamento dos ecossistemas naturais – fluxo de energia, ciclos do carbono e da água

Unidade B: Impactos da tecnologia sobre o ambiente e a vida humana

1. Aceleração tecnológica, mudanças econômicas e desequilíbrio

2. Problemas ambientais globais

3. Aquecimento Global

Unidade C: Política ambiental e sociedade civil organizada

1. Evolução da consciência global sobre meio ambiente e desenvolvimento

2. Desenvolvimento sustentável, política, economia e legislação ambiental

3. Agenda 21 e Educação Ambiental

4. Seminários sobre gestão ambiental em organizações

BIBLIOGRAFIA

BARBIERI J.C. Desenvolvimento e meio ambiente: as estratégias de mudanças da Agenda 21. Petrópolis: Vozes, 2003.

BRODY, D.E.; BRODY, A.R. As sete maiores descobertas científicas da história. São Paulo: Cia. das letras, 2001.

SOUZA R. S. Entendendo a questão Ambiental: temas de economia, política e gestão do meio ambiente. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2001.

GLIESSMAN, Stephen R. Agroecologia: processos ecológicos em agricultura Sustentável. Porto Alegre: UFRGS, 2002.

SEVCENKO, N. A corrida para o século XXI: no loop da montanha russa. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

TREVISOL, J.V. A educação ambiental em uma sociedade de risco: tarefas e desafios na construção da sustentabilidade. Ed. da UNOESC, 2003.

UNIJUI - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

Claudir Cesar Staats
Secretário Acadêmico Adjunto

PLANO DE ENSINO

DISCIPLINA: MATEMÁTICA APLICADA À ADMINISTRAÇÃO

CARGA HORÁRIA: 60 horas

CRÉDITOS: 4

ANO/PERÍODO DE OFERTA: 2011 / 1º Semestre

EMENTA

O componente curricular Matemática Aplicada a Administração objetiva construir a capacidade interpretativa dos conceitos e aplicações da matemática, de forma contextualizada, para o futuro profissional da administração. Os conceitos estudados em situações reais de administração referem-se as noções de matemática comercial e financeira, bem como, de funções elementares e matrizes.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Razões e Proporções
2. Regra de Três Simples e Composta
3. Porcentagem e Juro Simples e Composto
4. Funções: Introdução e definição de função. Definição: domínio e imagem. Classificação das funções. Características de algumas funções. Representações de funções.
5. Função do 1º grau: Definição. Domínio e imagem. Representação e Análise Gráfica. Aplicações.
6. Função do 2º grau: Definição. Domínio e imagem. Representação e Análise Gráfica. Aplicações.
7. Função exponencial: Definição. Domínio e imagem. Representação e Análise Gráfica. Aplicações.
8. Função logarítmica: Definição. Domínio e imagem. Representação e Análise Gráfica. Aplicações.
9. Matrizes: definição, tipos, construção de matrizes, operações e aplicações

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- CARNEIRO, V. C. Funções Elementares. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 1993.
- DREWS, Sonia Beatriz Teles, Borges, Pedro Augusto Pereira. Matemática aplicada à administração. Ijuí: Ed. Unijui, 2009.
- GOLDSTEIN, Larry; LAY, David C.; SCHNEIDER, David J. Matemática Aplicada à Economia, Administração e Contabilidade. 8. ed. Porto Alegre: Bookman, 2000.
- LEITHOLD, Louis. Matemática Aplicada à Economia e Administração. São Paulo: Harbra, 1984
- VERAS, Lilia Ladeira. Matemática Aplicada à Economia. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999

UNIJUI - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

Claudir Cesar Staats
Secretário Acadêmico Adjunto

PLANO DE ENSINO

DISCIPLINA: PLANEJAMENTO ORGANIZACIONAL

CARGA HORÁRIA: 75 horas

CRÉDITOS: 5

ANO/PERÍODO DE OFERTA: 2011 / 2º Semestre

EMENTA:

O planejamento como elementos do processo administrativo; fundamentos do planejamento; metodologias e etapas do processo de planejamento. Os níveis de planejamento estratégico tático e operacional. Utilização dos elementos teóricos do planejamento para realização de uma prática organizacional.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

Primeira Parte – Conceituação, fundamentos, tipos, filosofias e etapas do planejamento organizacional

- 1.1 Conceitos de planejamento
- 1.2 Fundamentos do planejamento
- 1.3 Tipos de planejamento
- 1.4 Filosofias do planejamento
- 1.5 Etapas do planejamento
- 1.6 O planejamento no contexto do ciclo da gestão constituído pelas funções administrativas
- 1.7 Modos de definição da estratégia organizacional; modo empreendedor, modo adaptativo e modo do planejamento

Segunda Parte – Planejamento Estratégico

- 2.1 Teoria e prática do planejamento estratégico
 - 2.2 Características do planejamento estratégico
 - 2.3 Condições básicas para o bom êxito do planejamento estratégico
 - 2.4 Parte permanente e parte mutável do planejamento estratégico
 - 2.5 Glossário de planejamento estratégico
 - 2.6 Metodologia para a elaboração do plano estratégico
 - 2.7 Roteiro para a elaboração do plano estratégico
- Terceira Parte – Processo de Elaboração do Planejamento Estratégico
- 3.1 Definição do grupo que participa na elaboração do planejamento nas organizações
 - 3.2 Diagnóstico estratégico através da análise do ambiente externo e interno (a organização que temos)
 - 3.3 Estratégia associativo-empresarial (a organização que queremos)
 - 3.3.1 Definição dos referenciais estratégicos (negócio, missão e valores)
 - 3.3.2 Direcionamento estratégico (visão, objetivos, estratégias gerais, estratégias de competição e de cooperação, organograma e orçamento)

3.4 Implantação da estratégia organizacional (execução do plano)

3.4.1 Estratégia de execução (implantação do plano)

3.4.2 Fatores facilitadores e fatores dificultadores da implantação do plano

3.4.3 Papel da liderança política e da liderança executiva na execução do plano

3.4.4 Controle da execução da estratégia associativo-empresarial

3.4.5 Processo de execução do plano (planos táticos e operacionais ou BSC - Balanced Scorecard)

3.4.6 Processo de avaliação

3.4.7 Revisão do plano estratégico (prazos e processo)

3.4.8 Do planejamento para a gestão estratégica

Quarta Parte – Instrumentalização complementar

4.1 Modelos alternativos para a elaboração dos planos táticos e operacionais

4.2 Planejamento de um evento

4.3 Planejar o lançamento de um produto com base no pacote de valor do cliente

4.4 Técnicas que facilitam o planejamento organizacional

- Matriz BCG – Boston Consulting Group

- Matriz de Ansoff (Matriz Produto/Mercado)

- Diagrama de causa e efeito

- W2H

- Análise de falha

- Brainstorming

- PAI – Plano de ações imediatas

UNIJUI - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE
DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

Claudir Cesar Staats
Secretário Acadêmico Adjunto

4.5 Indicadores de qualidade e produtividade

Quinta Parte – O Planejamento nas práticas das organizações (trabalho extra classe correspondente a 15 créditos)

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

- ALMEIDA, Martinho Isnard Ribeiro de. Manual de Planejamento Estratégico. São Paulo: Atlas, 2001. 156 p. [65.012.2/a447m] 17
- CHIAVENATO, Idalberto. Administração nos novos tempos. 2ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999. - 15ª reimpressão.
- OLIVEIRA, Djalma de P. R. Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas. 2ª. ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- TACHIZAWA, Takeshy & REZENDE, Wilson. Estratégia empresarial: tendências e desafios - um enfoque na realidade brasileira. São Paulo: Makron Books, 2000. 193p.
- VALADARES, Maurício Castelo Branco. Planejamento estratégico empresarial: foco em clientes e pessoas. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.
- VASCONCELOS Fº; PAGNONCELLI, D. Construindo estratégias para competir no século XXI. RJ; Campus, 2001.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

- ALBRECHT, Karl. Programando o futuro: o trem da linha norte. (Título original: The Northbound Train: Finding the Purpose, Setting the Direction, Shaping the Destiny of your Organization, de 1994, Trad. de Maria Lucia G.L. Rosa). São Paulo: Makron Book, 1994.
- FALCONI, Vicente. Gerenciamento da rotina do trabalho do dia-a-dia. 8.ed. Belo Horizonte: INDG, 2004.
- HARTMANN, L. F. Gerenciando pelo planejamento estratégico. São Leopoldo. Do Autor, 1999.
- RASIA e LOPES, Fernando. Aspectos básicos do planejamento organizacional. Ijuí: UNIJUI, 1995. Coleção série administração 07.

UNIJUI - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE
DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

Claudir Cesar Staats
Secretário Acadêmico Adjunto



PLANO DE ENSINO

DISCIPLINA: LOGÍSTICA

CARGA HORÁRIA: 60 horas

CRÉDITOS: 4

ANO/PERÍODO DE OFERTA: 2011 / 2º Semestre

EMENTA:

Logística: pressupostos e trajetória histórica. Planejamento da logística. Cadeia de suprimentos e valor ao cliente. Decisões sobre localização e integração. Estratégias de compras. Gestão dos estoques. Embalagem, armazenagem, movimentação e transporte. Logística globalizada.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Logística: pressupostos e trajetória histórica
2. Planejamento da logística
3. Estratégias de suprimento
4. Gestão de estoques
5. Embalagem, armazenagem, movimentação e transporte
6. Logística globalizada

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ALVARENGA, Antônio C. Logística Aplicada: suprimento e distribuição física. São Paulo: Editora Edgar Blucher Ltda. 2000.

BALLOU, Ronald. Logística Empresarial. São Paulo: Atlas, 1995.

CHRISTOPHER, Martin. Logística e Gerenciamento da cadeia de suprimentos. São Paulo: Pioneira, 1997.

KOBAYASHI Shun'ichi. Renovação da logística: como definir as estratégias de distribuição física global. SP. Atlas. 2000.

BOWERSOX, Donald e D.J.S. Logística empresarial. São Paulo: Atlas. 2001.

LEITE, Paulo R. Logística Reversa: meio ambiente e competitividade. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

MARTINS, Petrônio Garcia. Administração de Materiais e Recursos Patrimoniais. São Paulo: Saraiva, 2000.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

ARNOLD, J.R.T. Administração de Materiais. São Paulo: Atlas. 1999.

DORNIER, P.P. e outros. Logística e operações globais. 1a. ed. Atlas. São Paulo. 2000

CLOSS, B. Logística Empresarial. São Paulo. Atlas. 2000.

UNIJUI - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE
DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
Claudir Cesar Staats
Secretário Acadêmico Adjunto

PLANO DE ENSINO

DISCIPLINA: ESTRUTURA E PROCESSOS ORGANIZACIONAIS

CARGA HORÁRIA: 60 horas

CRÉDITOS: 4

ANO/PERÍODO DE OFERTA: 2014 / 2º Semestre

EMENTA:

Visão de arquitetura organizacional. A mudança e o novo reposicionamento estrutural nas organizações. A visão estratégica de negócios e das organizações como sistemas. Fatores e variáveis determinantes da estrutura organizacional. Tipologia de configurações estruturais. Formas inovativas de estruturas organizacionais. Visão de processos organizacionais.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

Módulo I - A mudança e o novo reposicionamento organizacional

- O novo contexto das organizações - impactos e desdobramentos
- Tendências e desafios organizacionais - novos padrões e arranjos organizacionais
- A nova concepção de arquitetura organizacional e seus fundamentos

Módulo II - A visão estratégica dos negócios e das organizações como sistemas

- A visão vertical e horizontal de uma organização
- A adaptação organizacional
- A visão integrada estratégia-estrutura-gestão de recursos humanos: o alinhamento estratégico organizacional

Módulo III - Estruturas organizacionais

- Fatores determinantes da estrutura organizacional - tamanho, tecnologia, ambiente e escolha estratégica
- Variáveis componentes da estrutura organizacional - complexidade, formalização e descentralização
- Tipologias organizacionais - estrutura simples, máquina burocrática, burocracia profissional, forma divisional, adhocracia, a organização missionária e a organização política
- Estruturas inovativas: novas formas estruturais - organização em rede; estrutura matricial; o modelo celular; unidades estratégicas de negócios

Módulo IV - Processos organizacionais

- Visão de processos
- Tipologias: fluxograma, diagrama e mapas de processo

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

- HALL, Richard H. Organizações - estrutura, processos e resultados. São Paulo : Pearson, 2004.
HARRINGTON, H. J. Aperfeiçoando processos organizacionais. São Paulo: Makron Books, 1993.
MINTZBERG, H. Estrutura e dinâmica das organizações. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1999.
NADLER, David. Arquitetura organizacional. Rio de Janeiro: Campus, 1994.
VASCONCELOS, E.; HEMESLEY, J. R. Estrutura das organizações - estruturas tradicionais, estruturas para inovação e estrutura matricial. São paulo: Pioneira, 1997.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

- AAKER, David, A. Administração estratégica e mercados. São Paulo: Bookman, 2001.
GHEMAWAT, Pankaj. A estratégia e o cenário dos negócios. São Paulo: Bookman, 2000.
HITT, M. A.; IRELAND, R. D.; HOSKISSON, R. E. Administração estratégica. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.
MOTTA, Paulo Roberto. Transformação organizacional. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1998.
SOTO, Eduardo. Comportamento organizacional. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

UNIJUI - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
Claudir Cesar Staats
Secretário Acadêmico Adjunto

PLANO DE ENSINO

DISCIPLINA: ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA

CARGA HORÁRIA: 60 horas

CRÉDITOS: 4

ANO/PERÍODO DE OFERTA: 2014 / 2º Semestre

EMENTA:

Administração e função financeira; Administração financeira e ambiente; Inflação, Índices de Preços e Indexadores; administração de capital de giro: Políticas e estratégias de capital de giro, investimento operacional, fluxo de caixa e fluxo de recursos; Pontos de Equilíbrio: Operacional, financeiro parcial ou de caixa, financeira total e econômico; Alavancagens: operacional, financeiras e combinada; Decisões de investimento e de financiamento: Custos e estrutura de capital.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

- 1ª Unidade: Introdução às Finanças Corporativas
 - 1.1. Evolução da administração financeira
 - 1.2. Dinâmica das funções financeiras
 - 1.3. Interdependência econômica e financeira
 - 1.4. Objetivo da Administração financeira
- 2ª Unidade: Gestão do Risco Financeiro - operações com derivativos
 - 2.1. Contrato a Termo
 - 2.2. Mercado Futuro
 - 2.3. Mercado de Opções
- 3ª Unidade: Administração do Capital de Giro
 - 3.1. Natureza e financiamento do capital de giro
 - 3.2. Necessidade de capital de giro
 - 3.3. Orçamento e fluxo de caixa operacional
- 4ª Unidade: Estrutura e Custo de Capital
 - 4.1. Conceito de estrutura de capital
 - 4.2. Custo do capital de terceiros
 - 4.3. Custo do capital próprio
 - 4.4. Custo médio ponderado de capitais
 - 4.5. Teoria convencional e concepções de Modigliani e Miller
- 5ª Unidade: Decisões de Investimento
 - 5.1. Valor de Mercado da Empresa
 - 5.2. Dimensionamento do Fluxo de Caixa
 - 5.3. Métodos de avaliação de investimentos
 - 5.4. Dinâmica dos métodos de avaliação de investimentos
- 6ª Unidade: Aplicações práticas de Cálculos Financeiros
 - 6.1. Desconto racional de bancário
 - 6.2. Custo efetivo de operações financeiras
 - 6.3. Cupom Cambial
- 7ª Unidade: Administração Financeira e Inflação
 - 7.1. Índices de preços, indexadores e cálculos financeiros
 - 7.2. Inflação interna das empresas
- 8ª Unidade: Alavancagem
 - 8.1. Alavancagem Financeira sobre o Retorno do Patrimônio Líquido
 - 8.2. Alavancagem sobre resultados
 - 8.2.1. Alavancagem operacional
 - 8.2.2. Alavancagem financeira
 - 8.2.3. Alavancagem combinada
- 9ª Unidade: Ponto de Equilíbrio – análise Custo-Volume-Lucro
 - 9.1. Elementos envolvidos
 - 9.2. Tipos de pontos de equilíbrio: contábil, econômico, financeiro
 - 9.3. Limitações da análise
- 10ª Unidade: Análise de Crédito
 - 10.1. Avaliação de risco e análise de crédito

UNIJUI - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
Claudir Cesar Staats
Secretário Acadêmico Adjunto

- 10.2. Os Cs do crédito
- 10.3. Crédito pessoa física
- 10.4. Crédito pessoa jurídica

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BRAGA, Roberto. Fundamentos e técnicas de administração financeira. São Paulo, Atlas, 1989.
FLEURIET, Michel. A dinâmica financeira das empresas brasileiras. São Paulo : Dom Cabral, 1980. 2.ed.
GITMAN, Lawrence J. Princípios de administração financeira essencial. 2.ed., Porto Alegre: Bookman, 2001. (cód. BC 658.15 - G442P)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BRASIL, H. V. e BRASIL, H. G. Gestão financeira das empresas: um modelo dinâmico. São Paulo: Qualitymark, 1993. 2.ed.
BREALEY, Richard A. e MYERS, Stewart C. Princípios de finanças empresariais. Portugal :McGraw-Hill, 1992. 3.ed. (cód. BC 658.15 - B828p)
DROMS, William G. & PROCIANOY, Jairo L. Finanças para Executivos não financeiros: tudo o que você precisa saber. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.
SCHRICHEL, Wolfgang Kurt. Análise de Crédito: concessão e gerência de empréstimos. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2000.
SILVA, José Pereira da. Análise financeira das empresas. São Paulo: Atlas, 1996.
ZDANOWICZ, José Eduardo. Fluxo de Caixa: uma decisão de planejamento e controle financeiro. São Paulo: DCL, 1995, 270 p.

UNIJUI - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
Claudir Cesar Staats
Secretário Acadêmico Adjunto

PLANO DE ENSINO

DISCIPLINA: ESTUDOS ORGANIZACIONAIS II**CARGA HORÁRIA:** 60 horas**CRÉDITOS:** 4**ANO/PERÍODO DE OFERTA:** 2015 / 1º Semestre**EMENTA:**

Esta disciplina pertence ao campo teórico das Teorias Organizacionais. Seu foco é voltado ao estudo da Perspectiva Moderna e da Perspectiva Contemporânea da Administração. A proposta central de discussão está no ambiente das organizações vistas como um sistema aberto, adaptativo e flexível. Objetiva-se aprofundar a discussão na Perspectiva Moderna no que se refere à Teoria de Sistemas e a Teoria das Contingências e na Perspectiva Contemporânea no que se refere ao Paradigma da Administração Participativa, o Paradigma da Responsabilidade Social e os novos paradigmas de análise das organizações. Espera-se ao final da disciplina contribuir para a formação profissional do acadêmico e que este seja capaz de analisar as organizações e o ambiente a partir de um olhar sistêmico.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

- I. As Organizações Enquanto Sistemas Sociais Dinâmicos e Complexos
- II. Orientação sistêmica: abordagem integradora
 - Teoria Geral dos Sistemas: suas principais contribuições
 - Conceitos fundamentais
 - Teoria Sistêmica na Teoria das Organizações
 - As Organizações como Sistemas Abertos e Sociais: modelos de análise
 - Limitações e Avanços na Teoria Sistêmica Aplicada na Forma de Pensar e Fazer a Gestão
- III. Orientação Contingencial: uma abordagem contextual
 - Conceito e Origem da Teoria Contingencial
 - Principais Pesquisas do Paradigma Contingencial
 - Pesquisa de Joan Woodward
 - Pesquisa de Burns e Stalker
 - Pesquisa de Lawrence e Lorsch
 - Pesquisa de Chandler.
 - Pesquisa de Aston
 - Limitações e Críticas à Teoria das Contingências
- IV. Paradigma da Administração Participativa e da Responsabilidade Social
 - Paradigma da Administração Participativa
 - Paradigma da Responsabilidade Social
- V. Temas Emergentes
 - Holismo: modelo holográfico
 - Teorias Ambientais: gestão do meio ambiente
 - Revisando o conceito, o objetivo e o fundamento da gestão ambiental
 - Finalidades e princípios básicos da gestão ambiental
 - Posicionamento da empresa
 - Sistemas e benefícios da gestão ambiental
 - Teoria da Complexidade
 - Teoria da Crítica
 - Teoria do Caos
 - Adhocracia
 - ReAdministração
 - Organizações de Aprendizagem
 - Organizações Virtuais
- VI. Perspectivas para a Administração no Brasil
 - Os desafios do Terceiro Milênio: a sociedade de redes e organizações em redes.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

- MOTTA, Fernando C. Prestes & VASCONCELOS, Isabela F. Gouveia de. Teoria Geral da Administração. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.
- NOGUEIRA, Arnaldo José F. Mazzei. Teoria geral da Administração para o século XXI. São Paulo: Ática, 2007.

SILVA, Marivane da, et al. Estudos Organizacionais: Abordagem integrativa e modelos emergentes. Ijuí, Editora Unijuí, 2010. (no prelo)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

ANDRADE, Rui Otávio Bernardes de; AMBONI, Nério. Teoria Geral da Administração - Das origens às perspectivas contemporâneas. São Paulo - M.Books do Brasil Editora Ltda, 2007.

FERREIRA, V.C.P. et al. Modelos de gestão. RJ: Editora FGV, 2005.

MOTTA, Fernando C. Prestes & VASCONCELOS, Isabela F. Gouveia de. Teoria Geral da Administração. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

OLIVEIRA, Jayr Figueiredo & SILVA, Edison Aurélio da. Gestão Organizacional: descobrindo uma chave de sucesso para os negócios. São Paulo: Saraiva, 2006.

ROBBINS, Stephen Paul. Administração: mudanças e perspectivas. São Paulo: Saraiva, 2005.

UNIJUI - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE
DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
Claudir Cesar Staats
Secretário Acadêmico Adjunto

PLANO DE ENSINO

DISCIPLINA: ADMINISTRAÇÃO DE MARKETING I

CARGA HORÁRIA: 75 horas

CRÉDITOS: 5

ANO/PERÍODO DE OFERTA: 2015 / 1º Semestre

EMENTA:

O componente curricular de Administração de Marketing I aborda a evolução histórica do marketing e apresenta os elementos que integram o ambiente de marketing, estratégias de segmentação e posicionamento. As variáveis que compõem o Mix de marketing são discutidas através dos temas que envolvem a gestão de produtos, preços, canais de distribuição e promoção. Os fundamentos teóricos são utilizados para a realização de uma prática organizacional em marketing.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1- Marketing

- Conceções e Conceitos
- Evolução histórica dos conceitos de marketing
- Orientações das Empresas com Relação ao Mercado

2- Ambiente de Marketing

- O Sistema Central de Marketing
- Macroambiente
- Microambiente
- Públicos

3 – Auditoria de Marketing

- Conceitos de Auditoria
- Tipos de Auditoria
- Modelo de Auditoria de Marketing

4- Segmentação de Mercado e Posicionamento

- Definições de Mercado
- Mensuração da Demanda
- Bases para Segmentação de Mercado
- Cobertura e Seleção de Mercados-Alvo
- Posicionamento

5 - Mix de Marketing

- Variáveis Controláveis de Marketing
- Abordagens para Definição de Composto de Marketing (4 Ps, 4 Cs, 4 As)

6 - Produto

- Conceito e classificação dos produtos
- Decisões sobre o produto
- Gerenciamento de Marcas
- Embalagens e Rótulos

7 - Preço

- Significado do Preço
- Estratégias de Fixação do Preço
- Administração do Preço

8 - Praça

- Conceitos de canais de distribuição
- Níveis dos canais
- Tipos intermediários
- A importância da logística para os canais de distribuição

9 - Promoção

- Comunicação Integrada de Marketing
- Propaganda
- Publicidade
- Relações Públicas
- Merchandising
- Promoção de vendas

UNIJUI - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

Claudir Cesar Staats
Secretário Acadêmico Adjunto

PLANO DE ENSINO

DISCIPLINA: CUSTOS

CARGA HORÁRIA: 60 horas

CRÉDITOS: 4

ANO/PERÍODO DE OFERTA: 2013 / 2º Semestre

EMENTA:

O componente oferece noções sobre custos e serve de suporte para a tomada de decisão, instrumento do processo de planejamento e controle financeiro, de financiamento e investimento. Conteúdos: classificação dos custos; nomenclatura utilizada pela contabilidade de custos; métodos de custeio; sistemas de custeio; custos patrimoniais; esquema básico de contabilidade de custos; custos aplicados a empresas industriais, comerciais e de serviços.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

NOÇÕES BÁSICAS DE CUSTOS
Conceituação e definição de contabilidade de custos
Objetivos e finalidades da contabilidade de custos
NOMENCLATURA UTILIZADA PELOS SISTEMAS DE CUSTOS
Gasto, despesa, receita, investimento e custo
Desembolso, ociosidade, perda, ganho, lucro e prejuízo
CLASSIFICAÇÃO DOS CUSTOS
Quanto à facilidade de identificação (diretos e indiretos)
Quanto à variabilidade (fixos e variáveis)
Quanto à tomada de decisão (relevantes e irrelevantes)
Quanto à facilidade de eliminação (elimináveis e não-elimináveis)
Quanto às decisões especiais
Quanto à base monetária
MÉTODOS DE CUSTEIO
Custeio por absorção
Custeio direto (variável)
Custeio baseado em atividades (ABC)
Método de unidade de esforço de produção (UEP)
SISTEMAS DE CUSTEIO
Sistemas por ordem de produção
Sistemas de produção por processo
Sistemas de produção conjunta
CUSTOS PATRIMONIAIS
Depreciação, amortização e exaustão
ESQUEMA BÁSICO DE SISTEMAS DE CUSTOS
Diferenciação entre empresas industriais, comerciais e de serviços
Diferenciação e separação entre custos e despesas
Apropriação de custos diretos
Apropriação de custos indiretos (critérios de rateio)
Definição e classificação dos departamentos/atividades.
Alocação dos custos as atividades
Custos com Mão de Obra
Custos totais de produção
Estrutura básica de um sistema de custos
ANÁLISE CUSTO X VOLUME X LUCRO
Margem de contribuição
Preço de venda
Ponto de equilíbrio
Margem de segurança

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

HANSEN, Don R.; MOWEN, Maryanne M. Gestão de custos: contabilidade e controle. São Paulo: Pioneira, 2001.
HORNGREN, Charles T.; FOSTER, George; DATAR, Srikant M. Contabilidade de Custos. Rio de Janeiro: LTC, 2000.
LEONE, George S.G. Cursos, planejamento, implantação e controle. São Paulo: Atlas, 2000.

MARTINS, Eliseu. Contabilidade de custos. 8ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.
RIBEIRO, Osni Moura. Contabilidade de custos. 6ª ed. São Paulo: Saraiva, 1999.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BECKER, Morton. Contabilidade de custos: um enfoque para a administração de empresas. São Paulo: McGraw-Hill, 1979.
BORNIA, Antonio Cezar. Análise gerencial de custos: aplicação em empresas modernas. Porto Alegre: Bookman, 2002.
CRC/SP - Conselho Regional de Contabilidade do Estado de São Paulo. Curso sobre contabilidade de custos. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1992.
JOHNSON, H. Thomas. A relevância da contabilidade de custos. Rio de Janeiro: Campus, 1996.
_____. Custos Administrativos. São Paulo: Atlas, 2000.
VANDERBECK, Edward J.; NAGY, Charles F. Contabilidade de custos. 11ª ed. São Paulo: Pioneira, 2001.

UNIJUI - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE
DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
Claudir Cesar Staats
Secretário Acadêmico Adjunto

PLANO DE ENSINO

DISCIPLINA: PESQUISA OPERACIONAL

CARGA HORÁRIA: 75 horas

CRÉDITOS: 5

ANO/PERÍODO DE OFERTA: 2013 / 2º Semestre

EMENTA:

Visão geral da pesquisa operacional. Programação linear, o método simplex, dualidade e análise de sensibilidade, modelos de transporte e suas variantes, modelos de redes, programação dinâmica, modelos de estoque, filas, simulação, teoria clássica de otimização. Utilizar-se-á dos fundamentos teóricos trabalhados neste componente para a realização de prática organizacional.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Aspectos Introdutórios
 - O conceito de Pesquisa Operacional
 - Conceitos de Decisão e o Enfoque Gerencial da Pesquisa Operacional
 - A Pesquisa Operacional e a Análise de Decisões
 - Enfoque Gerencial e a natureza da Pesquisa Operacional
 - Modelos Lineares e o processo de otimização clássica
2. Programação Linear
 - Aspectos Conceituais e Formulação Geral de Programação Linear
 - o Método Simplex
 - Dualidade e interpretações Gerenciais
 - Uso do Solver e a análise de sensibilidade
 - Aplicações práticas
3. Modelos de Transporte
 - Aspectos Conceituais
 - Regra do Canto Noroeste
 - Método de Mínimo custo
 - Método de Aproximação de Vogel
 - Método Stepping Stone
 - Aplicações práticas
4. Teoria das Filas
 - Aspectos Gerais da Teoria das Filas
 - Características de uma Fila
 - Localização das Variáveis Aleatórias
 - Modelos de Fila
 - Aplicações Práticas
5. Tópicos Avançados de Pesquisa Operacional
 - Teoria dos Estoques
 - Simulação
 - Programação Dinâmica
 - Algoritmos de Pesquisa Operacional.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

- ANDRADE, E. L. Introdução à Pesquisa Operacional. 2 ed, Rio de Janeiro: LTC, 2000.
BRONSON, R. Pesquisa Operacional. São Paulo: McGraw-Hill, 1985.
LACHTERMACHER, Gerson. Pesquisa Operacional na tomada de decisões. Rio de Janeiro: Campus, 2002.
PRADO, Darcy. Programação linear. Belo Horizonte: DG, 1999.
SILVA E.M. et al. Pesquisa operacional para os cursos de economia, administração e ciências contábeis. São Paulo: Atlas, 1998.
WAGNER, Harvey M. Pesquisa Operacional. 2 ed. Rio de Janeiro: Prentice-Hall do Brasil, 1986.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

- ECK, Roger D. Operations research for business. Wadsworth, Belmont-California, 1976, 757p.
HILLIER, F.; LIBERMAN, G. Introduction to operation research. São Paulo: McGraw-Hill, 1980.
PIDD, Mike. Modelagem Empresarial > ferramentas para tomada de decisão. Porto Alegre: Artes Médicas, 1998.

PLANO DE ENSINO

DISCIPLINA: ANÁLISE FINANCEIRA

CARGA HORÁRIA: 75 horas

CRÉDITOS: 5

ANO/PERÍODO DE OFERTA: 2014 / 1º Semestre

EMENTA:

Esta disciplina integra os conhecimentos de área de finanças e se utiliza dos conhecimentos das demonstrações contábeis para abstrair informações relevantes à realização de análises econômicas e financeiras e munir o gestor de indicadores de desempenho para o processo de tomada de decisão. Espera-se que o acadêmico saiba, com o exercício de verificação empírica, analisar o desempenho econômico e financeiro passado e presente e projetar tendências futuras de uma organização.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Introdução à análise financeira
 - 1.1. Conceituação e amplitude da análise financeira
 - 1.2. A empresa e sua estrutura de informações
 - 1.3. Áreas afins
 - 1.4. Os principais usuários da análise financeira
 - 1.5. A relevância da informação contábil-financeira e o sistema de informação gerencial
2. As demonstrações financeiras
 - 2.1. Os demonstrativos contábeis regularmente publicados (Lei 6.404/76, 11.638/07 e 11.941/09)
 - 2.2. Balanço Patrimonial: Conceito, Estrutura do BP e Composição Patrimonial.
 - 2.3. Demonstração do Resultado do Exercício: conceito, estrutura da DRE, composição dos resultados, as diferentes fases do lucro.
 - 2.4. Outras demonstrações: DLPA - Demonstração de Lucros ou Prejuízos Acumulados; Notas Explicativas e Pareceres; Relatórios da Administração.
3. Análise Financeira das Empresas
 - 3.1. O Valor do Dinheiro no tempo e as Demonstrações Financeiras
 - 3.2. Padronização das Demonstrações Financeiras.
 - 3.3. Análises Comparativas: Vertical e Horizontal.
4. Análise por Indicadores Financeiros
 - 4.1. Análise Econômica
 - 4.2. Análise Financeira
 - 4.1.1. Análise de Estrutura e Endividamento.
 - 4.1.2. Análise da Atividade e Retorno.
 - 4.2.1. Análise da Atividade e Rotação.
 - 4.2.2. Análise da Liquidez.
5. Comparação dos indicadores com medianas setoriais.
6. Grupo Empresarial e a Consolidação dos demonstrativos contábeis

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

HELFERT, Erich. Técnicas de Análise Financeira. 9 ed., Porto Alegre : Bookman, 2000.
MATARAZZO, Dante C. Análise financeira de balanços: abordagem básica e gerencial. 3ed., São Paulo: Atlas, 1993.
PEREIRA DA SILVA, José. Análise financeira das empresas. 5º ed. São Paulo: Atlas, 2001.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BASSO, Irani Paulo. Contabilidade Geral Básica. Ijuí(RS): Editora Unijuí. 1996.
CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. Estruturação de demonstrações contábeis. Caderno, Brasília, 1993.
LEITE, Hélio de P. Introdução à administração financeira. 2ed. São Paulo Atlas, 1994.

UNIJUI - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
Claudir Cesar Staats
Secretário Acadêmico Adjunto

PLANO DE ENSINO

DISCIPLINA: DIREITO DO TRABALHO

CARGA HORÁRIA: 60 horas

CRÉDITOS: 4

ANO/PERÍODO DE OFERTA: 2014 / 1º Semestre

EMENTA:

Esta disciplina é voltada ao estudo da Legislação Trabalhista e Previdenciária e sua aplicação nas rotinas do setor de pessoal. Objetiva desenvolver no acadêmico o conhecimento necessário para gerir pessoas de acordo com as leis previstas na CLT. Busca-se com esta disciplina criar condições para que o acadêmico possa trabalhar os processos administrativos e as estratégias de acordo com a legalidade.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

Aspectos históricos, conceito, divisões, fontes, sujeitos da relação de emprego, contrato de trabalho, salário e remuneração, adicionais remuneratórios, férias, extinção do contrato de trabalho, proteção ao trabalho do menor e da mulher, Negociação coletiva, Estabilidade e garantia de emprego, prescrição no direito do trabalho, FGTS, Segurança e medicina do trabalho.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BELMONTE, Alexandre Agra. Instituições civis no direito do trabalho. Rio de Janeiro: Renovar.

BRASIL, Decreto-lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943. Aprova a consolidação das leis do trabalho. Obra coletiva da Editora Saraiva com a colaboração de Antonio Luiz de Toledo Pinto; Márcia Cristina Vaz dos Santos Windt; e Livia Céspedes. São Paulo: Saraiva.

BUSNELLO, Ronaldo. Processo de produção e regulação social. Ijuí: UNIJUI: LTr.

NASCIMENTO, Amauri Mascaro. Iniciação ao direito do trabalho. São Paulo: LTr.

REVISTA LTr. Legislação, doutrina e jurisprudência. São Paulo : LTr.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

CAMINO, Carmen. Direito individual do trabalho. Porto Alegre, RS: Síntese.

DELGADO, Mauricio Godinho. Curso de direito do trabalho. São Paulo: LTr.

MARTINS, Sérgio Pinto. Comentários à CLT. São Paulo: Atlas.

MARTINS, Sérgio Pinto. Direito do trabalho. São Paulo : L Malheiros.

REVISTA LTr. Legislação, doutrina e jurisprudência. São Paulo : LTr.

SÜSSEKIND, Arnaldo; MARANHÃO, Délio; VIANNA, Sagadas et al. Instituições de direito do trabalho. São Paulo: LTr, v. I e II.

UNIJUI - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
Claudir Cesar Staats
Secretário Acadêmico Adjunto

PLANO DE ENSINO

DISCIPLINA: PLANEJAMENTO E CONTROLE FINANCEIRO

CARGA HORÁRIA: 60 horas

CRÉDITOS: 4

ANO/PERÍODO DE OFERTA: 2014 / 1º Semestre

EMENTA:

O Planejamento e Controle Financeiro na Empresa; Características do Planejamento Financeiro; Vantagens e Desvantagens; Condições para a Implantação e Funcionamento do Sistema; Formas Simplificadas de Planejamento Financeiro: "Ponto de Equilíbrio" e sistema "Du Pont" e Estrutura para Elaboração de um Planejamento Integrado: de Vendas; de Produção; de Compras; de Recursos Humanos, de Despesas e Receitas Financeiras; de Investimentos, de Caixa; Balanço Patrimonial Projetado; Demonstração de Resultados; Análise; Execução e Controle do Planejamento.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Planejamento
2. Interação entre Planejamento e Orçamento
3. Orçamento Empresarial
 - 3.1 Conceituação
 - 3.2 Vantagens do uso do orçamento
 - 3.3 Características do orçamento
 - 3.4 Elementos que Interferem no Orçamento
 - 3.5 Principais causas de falhas
 - 3.6 Categorias do orçamento
4. Orçamento econômico ou operacional
 - 4.1 Orçamento de Vendas
 - 4.2 Orçamento de Produção
 - 4.3 Orçamento do Custo da produção
 - 4.3.1 Orçamento de Matéria-prima
 - 4.3.2 Orçamento de Mão de Obra
 - 4.3.3 Orçamento dos Custos Indiretos
 - 4.4 Despesas operacionais
5. Orçamento Financeiro
 - 5.1 Orçamento de Caixa
 - 5.2 Orçamento da Demonstração de Resultados do Exercício
 - 5.3 Orçamento do Balanço Patrimonial
6. Métodos Orçamentários
 - 6.1 Orçamento Contínuo
 - 6.2 Orçamento de Base Zero
 - 6.3 Orçamento Flexível
 - 6.4 Orçamento por Atividades
7. Controle orçamentário
 - 7.1 Avaliação da Projeção Orçamentária Financeira
 - 7.2 Avaliação da Projeção Orçamentária Econômica

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

- COGAN, Samuel. Custos e Preço: Formação e Análise. SP. Pioneira, 1999.
FREZATTI Fábio. Orçamento Empresarial, Planejamento e Controle. Atlas 1999.
SCHUBERT, Pedro. Orçamento Empresarial Integrado. Rio de Janeiro, LTC, 1985.
WELSCH, Glenn A. Orçamento Empresarial. 4a Ed. São Paulo, Atlas, 1994.
ZDANOWITCZ, José Eduardo. Planejamento Financeiro e Orçamento. 2a Ed. POA, Sagra, 1998.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

- SOBANSKI, Jaert J. Prática de Orçamento Empresarial. (Um Exercício Programado) São Paulo, Atlas, 1988.
WALTER, Milton A. Orçamento Integrado. (Operação, Investimentos e caixa) São Paulo, Saraiva, 1980.
WATTER, William Joseph. Introdução ao Orçamento Empresarial: Orçamentos Operacionais. São Paulo, Atlas, 1984.
ZDANOWITCZ, José Eduardo. Orçamento de Capital. A Decisão de Impacto. POA, Sagra, 1994.
ZDANOWITCZ, José Eduardo. Orçamento Operacional: uma abordagem prática. POA, Sagra, 1983.

PLANO DE ENSINO

DISCIPLINA: ADMINISTRAÇÃO DE VENDAS

CARGA HORÁRIA: 60 horas

CRÉDITOS: 4

ANO/PERÍODO DE OFERTA: 2014 / 1º Semestre

EMENTA:

O componente curricular de Administração de Vendas aborda a evolução dos conceitos de vendas e a relação com a área de marketing. Apresentam-se as habilidades e atitudes do profissional de vendas, os princípios da venda pessoal, os momentos estratégicos do processo de vendas e a administração de vendas voltada para o desenvolvimento de relacionamentos com os clientes.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

Marketing e Vendas
Evolução dos conceitos
Influências int. e ext. na ativ. de vendas
Tendências
O Profissional de Vendas
Conhecimentos, habilidades e atitudes pessoais do profissional
A abordagem do cliente
A identificação das necessidades
A apresentação dos valores e benefícios dos produtos ou serviços
Técnicas usuais de venda
Momentos estratégicos do Processo de Vendas
A Administração da força de vendas
Planejamento da venda
Objetivos e estratégias
Estrutura e tamanho da força de vendas
Sistemas de remuneração
Áreas de venda, metas, potencial de mercado e cotas de venda
Gerenciamento do tempo
Gerenciamento de Vendas e Estratégias de Competição
Programas de qualificação, treinamento e motivação profissional dos vendedores
Auditoria de Vendas
Análise e avaliação do ambiente
Análise do volume de vendas, custo e prod.
Tecnologia a Serviço de Vendas
Recursos tecnológicos disponíveis
Tendências e potencialidades da tecnologia no Gerenciamento das Vendas
Estratégias de Vendas do Varejo
O ponto de venda
Alternativas de agregação de valor
O papel do Vendedor e o 4 A's e 4Cs., Benefícios que torne o produto atraente.
Call Center e o Comércio eletrônico. Exigências de consumo para pessoas que moram sozinhas.
O consumidor do século XXI
Processo Decisório de Compra. Estágios do Processo Decisório de Compras.
Administração de vendas. A nova venda. Modelo antigo e modelo novo de vender.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

CASAS, Alexandre L. Las. Técnica de vendas: como vender e obter bons resultados. 2a. ed. Atlas. SP. 2001
CASAS, Alexandre L. Las. Administração de Vendas. São Paulo: Atlas, 2002.
COBRA, Marcos. Administração de Vendas. São Paulo: Atlas, 1994.
FUTREL, Charles M. Vendas: fundamentos e novas práticas. São Paulo: Saraiva, 2000
KOTLER, Philip. Administração de marketing. São Paulo: Atlas, 1993.
MCKENNA, Regis. Marketing de Relacionamento. São Paulo: Campus, 1997.
STANTON, William J. Administração de Vendas. Rio de Janeiro: Guanabara Dois, 1993.



UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

Reconhecida pela Portaria Ministerial nº 497 de 28/06/1985 - D.O.U 01/07/1985
Regionalizada pelas Portarias Ministeriais nº 1626 de 10/11/1993 - D.O.U 11/11/1993 e nº 818 de 27/05/1994 - D.O.U 30/05/1994
Recredenciada pela Portaria Ministerial nº 521, de 10/05/2012 - D.O.U 11/05/2012

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BRETZKE, Miriam. Marketing de relacionamento e competição em tempo real. SP. Atlas. 2000

LOVELOCK, Christopher. Serviços: marketing e gestão. São Paulo. Saraiva. 2001

SOLDOW, Gary F. Vendas: profissionalização para a década de 90. São Paulo: Makron, 1993.

UNIJUI - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE
DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
Claudir Cesar Staats
Secretário Acadêmico Adjunto

PLANO DE ENSINO

DISCIPLINA: GESTÃO DE NEGÓCIOS II

CARGA HORÁRIA: 75 horas

CRÉDITOS: 5

ANO/PERÍODO DE OFERTA: 2014 / 1º Semestre

EMENTA:

O componente deve desafiar o acadêmico a propor a implantação de um negócio. Plano de negócios. Principais etapas de um projeto. Verificação do mercado e pesquisa de mercado. Aspectos técnicos dos projetos: tamanho, engenharia e localização dos projetos. Aspectos econômicos e financeiros do projeto: investimentos, financiamentos e determinação dos custos e receitas. Cronograma físico-financeiro e os tipos de métodos de avaliação de projetos. Gestão de projetos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

Introdução

Apresentação do plano de ensino

Perspectivas da turma em relação ao componente curricular

Recuperação dos conceitos tratados na disciplina Gestão de Negócios I.

Módulo I

Oportunidade

Importância do plano de negócios;

Finalidade do plano; etapas de um plano de negócio e apresentação do plano de negócio a ser trabalhado em sala de aula

Módulo II

ANÁLISE DO MERCADO: Análise do setor, Segmento de mercado, Consumidor (cliente), Concorrência, Fornecedor.

PRODUTOS E SERVIÇOS: O produto, Ciclo de vida do produto, Tecnologia, Processos de produção, Custo do produto, Preço de venda do produto.

A EMPRESA: Organização (negócio, missão, visão, FOFA), Equipe gerencial (plano de pessoal), Estrutura legal, Tamanho, Localização e infra-estrutura, Parcerias (terceirização).

PLANO DE MARKETING: Produto, Praça, Preço, Promoção/propaganda.

PLANO FINANCEIRO: Investimentos, Financiamentos, Custos e receitas (custos fixos e variáveis e receitas projetadas), Resultados (balanço patrimonial, DRE, Fluxo de caixa).

Módulo III

Métodos de Análise

Rentabilidade, Lucratividade, Valor Presente Líquido (VPL) ou Valor Atual Líquido (VAL) ou Net Present Value (NPV)

Taxa Interna de Retorno (TIR) ou Internal Rate Return (IRR)

Período de Payback

Análise de Sensibilidade.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BUARQUE, C. Avaliação Econômica de Projetos. Rio de Janeiro, Campus, 1991.

CASAROTO FILHO, Nelson, KOPITKE, Bruno Hartmut. Análise de Investimentos. 8.ed. SP: Atlas, 1998.

DOLABELA, Fernando. O segredo de Luisa: uma idéia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo - Transformando Idéias em Negócios. Ed. Campus

WILLIAMS, Edward E. THOMPSON, James R., NAPIER, H. Albert. Plano de negócios: 25 princípios para um planejamento consistente. SP. Publifolha. 2002 (Pocket MBA)

WOILER, S. e MATHIAS, W.F. Projetos: Planejamento, Elaboração, Análise. SP. Editora Atlas S. A. 1994.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

CONTADOR, C.R. Avaliação social de projetos. São Paulo, Atlas, 1981.

DRUCKER, Peter. Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios. São Paulo: Pioneira, 1987.

TRANJAN, Roberto Adami. A empresa de corpo, mente e alma - Um método inédito e eficaz para elevar a performance organizacional. SP. Ed. Gente. 1997

WECHSLER, S.M. Criatividade: Descobrendo e encorajando. Ed. Psy. Campinas/SP. 1993

PLANO DE ENSINO

DISCIPLINA: COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL

CARGA HORÁRIA: 75 horas

CRÉDITOS: 5

ANO/PERÍODO DE OFERTA: 2014 / 2º Semestre

EMENTA:

Este componente curricular parte de um resgate dos aspectos individuais e grupais do modelo de comportamento organizacional e aprofundará o sistema organizacional: ambiente, estrutura, cultura, mudança e clima organizacionais, ética e responsabilidade social. Utilizar-se-á dos fundamentos teóricos trabalhados neste componente curricular para a realização de prática organizacional.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

Fundamentos do Comportamento Organizacional (CO)

Conceitos fundamentais do Comportamento Organizacional.

O Modelo de Comportamento Organizacional.

Desafios e oportunidades no campo do Comportamento Organizacional.

O Indivíduo: Diversidade nas Organizações, Atitude e Satisfação no Trabalho; Emoções e Sentimentos; Personalidade e Valores; Percepção e Tomada de Decisão Individual, Motivação.

Diagnóstico de aspectos da dimensão individual em organizações.

O Grupo: Fundamentos do Comportamento em Grupo; Equipes de Trabalho; Comunicação; Liderança, Poder e Política; Conflito e Negociação.

Diagnóstico de aspectos da dimensão grupal em organizações.

O Sistema Organizacional: Fundamentos da Estrutura Organizacional; Cultura Organizacional; Políticas e Práticas de Gestão de Pessoas; Mudança e Aprendizagem Organizacional; Ética e Responsabilidade Social.

Diagnóstico de aspectos da dimensão sistema organizacional em organizações.

Relações Indivíduo-Grupo-Sistema Organizacional e seus Reflexos nas Práticas Gerenciais de Organizações.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BOWDICH, James L; BUONO, Anthony F. Elementos de Comportamento Organizacional. São Paulo: Pioneira, 1992.

COHEN, Alan R; FINK, Stephen L. Comportamento Organizacional: conceitos e estudos de casos. Rio de Janeiro: Campus, 2003 - tradução da 7ª edição americana.

FREITAS, Maria Ester de. Cultura Organizacional. São Paulo: Makron Books, 1992

ROBBINS, Stephen P. Comportamento Organizacional. 10ª ed. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

SCOTT, Cynthia D. Gerenciando Mudança Organizacional. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1994.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

ADIZES, Ichak. Em busca da plenitude. São Paulo : Pioneira, 1998.

_____. Os Ciclos de Vida das Organizações. 4ª ed. São Paulo: Pioneira, 1998.

OLIVEIRA, Marco. Cultura Organizacional. São Paulo: Nobel, 1988.

ALVES, Sérgio. Revigorando a Cultura da Empresa. São Paulo: Makron Books, 1997.

UNIJUI - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
Claudir Cesar Staats
Secretário Acadêmico Adjunto

PLANO DE ENSINO

DISCIPLINA: MÉTODOS ESTATÍSTICOS

CARGA HORÁRIA: 60 horas

CRÉDITOS: 4

ANO/PERÍODO DE OFERTA: 2011 / 2º Semestre

EMENTA:

Trata de conceitos da estatística, que possibilitem ao estudante o estudo dos processos econômicos e financeiros sob várias dimensões, tendo como elementos principais as noções de variabilidade e probabilidade, suas noções conceituais sobre a abrangência e limitações. Os assuntos tratados são: estatística descritiva; a amostragem; a estatística inferencial: as distribuições amostrais, a teoria da decisão e a teoria de estimação. Capacita o estudante à tomada de decisões e ao equacionamento de soluções na sua área de atuação.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

Unidade I - Conceitos em Estatística

- 1.1 - A Estatística e a Administração.
- 1.2 - Estatística descritiva e estatística inferencial.
- 1.3 - Variáveis qualitativas e variáveis quantitativas
- 1.4 - Aplicações.

Unidade II - Representação de Dados

- 2.1 - Representação de dados em tabelas simples.
- 2.2 - Representação de dados em tabelas cruzadas.
- 2.3 Representação de dados em tabelas distribuição de frequências.
- 2.4 - Representação Gráfica.
- 2.5 - Diagrama de dispersão e relação entre variáveis.
- 2.6 - Métodos Computacionais Aplicados a Estatística.

Unidade III - Estatística Descritiva

- 3.1 - Medidas de Tendência Central (Posição) para dados não agrupados
- 3.1.1 - Média Aritmética, Mediana e Moda.
- 3.2 - Medidas de Variabilidade
- 3.2.1 - Variância, Desvio Padrão e Coeficiente de variação.
- 3.3 - Dados agrupados (Distribuição de frequências).
- 3.3.1 - Média Aritmética, Mediana e Moda.
- 3.3.2 - Variância, Desvio Padrão e Coeficiente de variação.

Unidade IV - Noções de Amostragem

- 4.1 - Conceitos e utilização.
- 4.2 - Tipos de amostra.
- 4.3 - Dimensionamento da amostra.
- 4.4 - Seleção das unidades amostrais.
- 4.5 - Pesquisa de Mercado.

Unidade V - Inferência Estatística

- 5.1 - Conceitos e Definições.
- 5.2 - Parâmetros e Estimadores.
- 5.3 - Abrangências e Limitações.
- 5.4 - Intervalo de confiança para média.
- 5.5 - Teoria da Decisão

Unidade VI - Estudo das Relações entre Variáveis Quantitativas

- 6.1 - Correlação
- 6.1 - Diagrama de Dispersão.
- 6.2 - Coeficiente de Correlação.
- 6.3 - Coeficiente de Determinação,
- 6.4 - Análise de Regressão.
- 6.4.1 - Regressão linear simples.
- 6.4.2 - Ajuste de Funções.
- 6.4.3 - Equação de Custos.
- 6.5 - Aplicações.

UNIJUI - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

Claudir Cesar Staats
Secretário Acadêmico Adjunto

Unidade VII – Controle Estatístico de Processos

- 7.1 – Conceitos e definições.
- 7.2 – Discussão Geral sobre Gráficos de Controle.
- 7.3 – Gráficos para o Monitoramento da Média.
- 7.4 – Gráficos para o Monitoramento da Variabilidade.
- 7.5 – Gráficos de Controle para Medidas Individuais.
- 7.6 – Gráfico da Proporção de Itens Defeituosos – Gráfico p (Distribuição Binomial).
- 7.7 – Gráfico do Número Total de Defeitos – Gráfico e (Distribuição de Poisson).
- 7.8 – Limites de Controle e Limites de Especificação.
- 7.9 - Aplicações.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

- BEARZOTI, E. e OLIVEIRA M. Estatística Básica. UFLA. Lavras. MG. 1997;
KAZMIER, L. J. Estatística Aplicada à Economia e Administração. Ed. McGraw-Hill do Brasil. São Paulo. SP. 1982.
SILVER M. Estatística para Administração. Ed. Atlas. São Paulo. SP. 2000.
STEVENSON, W. J. Estatística aplicada a Administração. Ed. Harbra. São Paulo. SP. 1981.
TRIOLA, M. Introdução à Estatística. Ed. LTC. 7ª Ed. Rio de Janeiro. RJ. 1999.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

- ENDO, S. K. Números Índices. Série Métodos Quantitativos. Ed. Atual. 2ª ed. São Paulo. SP. 1988;
HOFFMANN, G. Estatística para Economistas. Ed. Pioneira. 1980. São Paulo. SP. 1980.
VIRGILLITO, S. B. Estatística Aplicada a Administração Financeira. Ed. Alfa-Omega. SP. 2004.

UNIJUI - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE
DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
Claudir Cesar Staats
Secretário Acadêmico Adjunto

PLANO DE ENSINO

DISCIPLINA: CONTABILIDADE I

CARGA HORÁRIA: 60 horas

CRÉDITOS: 4

ANO/PERÍODO DE OFERTA: 2012 / 1º Semestre

EMENTA:

Discussão das ações administrativas e reflexos no patrimônio das Entidades; da estrutura e composição do patrimônio das Empresas; da parte positiva do patrimônio: bens e direitos; da parte negativa do patrimônio: obrigações; da riqueza própria: o capital próprio. Estrutura e informações apresentadas no balancete e no balanço patrimonial.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

CONTABILIDADE E ENTIDADE

Introdução à Contabilidade

Conceito, finalidades e objetivos.

O PATRIMÔNIO DAS EMPRESAS

Os Elementos Patrimoniais: Bens, Direitos, Obrigações e a Riqueza Líquida.

Elaboração do Inventário Geral Patrimonial

Apuração do Resultado do período.

Elaboração do Balanço Patrimonial.

ESTÁTICA PATRIMONIAL

Aspectos Qualitativos e Quantitativos do Patrimônio

Componentes Patrimoniais: Ativo, Passivo e Patrimônio Líquido

Estados Patrimoniais

Fatos administrativos e fatos contábeis

Fatos Contábeis permutativos, modificativos e mistos

SISTEMA CONTÁBIL E PROCESSO DE ESCRITURAÇÃO

Registro do Patrimônio e das Variações Patrimoniais

Método das Partidas Dobradas

Contas Patrimoniais: Ativo, Passivo e Patrimônio Líquido

As Contas do Ativo: Bens e Direitos

As Contas do Passivo: Obrigações

As Contas do Patrimônio Líquido: Capital Social e suas Variações

Contas de Resultado: receitas e despesas

O Plano de Contas

OPERAÇÕES COM MERCADORIAS

Compra e Venda de Mercadorias

Impostos na compra e na venda de mercadorias

APURAÇÃO DO RESULTADO

Encerramento das contas de receitas e despesas

Elaboração do Balanço Patrimonial

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BASSO, Irani Paulo. Contabilidade geral básica. 2ª ed. Ijuí (RS): Ed. Unijui, 2000. GOUVEIA, Nelson. Contabilidade básica. 22 ed., São Paulo: McGraw-Hill, 1994.

LEITE, Hélio de Paula. Contabilidade para Administradores. São Paulo: Atlas, 1992. NAGATSUKA, Divane A da Silva; TELES, Egberto Lucena. Manual de Contabilidade introdutória

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

EQUIPE PROFESSORES FEA/USP. Contabilidade introdutória. 9. ed., São Paulo: Atlas, 1998.

FIPECAFI. Manual de contabilidade das sociedades por ações. 5. ed., São Paulo: Atlas, 2000.

IUDICIBUS, Sérgio de; MARION, José Carlos. Contabilidade Comercial. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MARION, José Carlos. Contabilidade básica. 3. ed., São Paulo: Atlas, 1995.

MARION, José Carlos. Contabilidade empresarial. 3. ed., São Paulo: Atlas

PADOVESE, Clóvis Luis. Manual de contabilidade básica. São Paulo: Atlas, 1998.

UNIJUI

UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

Claudir Cesar Staats
Secretário Acadêmico Adjunto

PLANO DE ENSINO

DISCIPLINA: PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO

CARGA HORÁRIA: 60 horas

CRÉDITOS: 4

ANO/PERÍODO DE OFERTA: 2012 / 1º Semestre

EMENTA:

Construção de conhecimento e desenvolvimento de atitudes e habilidades a partir dos temas: processos acadêmicos, desenvolvimento da capacidade de pensar a questão do conhecimento, método científico, tipos de pesquisa, diagnóstico organizacional, diretrizes para realização de pesquisa científica, elaboração de projeto de pesquisa teórica e teórica-empírica, processo de levantamento de dados, tratamento e análise de dados, elaboração de relatórios de pesquisa e apresentação dos resultados.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

Unidade I – Conhecimento Científico e outras formas de conhecimento

Unidade II – A Pesquisa em Administração

Unidade III – Os processos e atividades acadêmicas

Unidade IV – Trabalhos Acadêmicos e seus formatos

Unidade V – Pesquisa Científica e suas classificações

Unidade VI – Projeto de Pesquisa

6.1 – Coleta de Dados

6.2 – Análise dos Dados

6.3 – Apresentação dos resultados dos estudos e pesquisas

Unidade VII - Relatório de Pesquisa e Normas ABNT

Unidade VIII – Ética na Pesquisa

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

COOPER, Donal R. & SCHINDLER, Pamela S. Métodos de pesquisa em administração. 7º ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

GRISON, Antonio José. Apresentação de trabalhos acadêmicos: normas técnicas para o curso de Graduação em Administração. Ijuí: 2ed. Ed. Unijui. 2005 (cadernos Unijui nº 12).

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. Metodologia científica. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1992.

MINAIO, C. S. Pesquisa social: teoria, método e criatividade. Rio de Janeiro, Petrópolis, 1998.

ROESCH, Sylvia Mª. Azevedo. Projeto de estágio supervisionado em administração. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SALVADOR, A. D. Métodos e técnicas de pesquisa bibliográfica. Porto Alegre: Sulina, 1986.

SEVERINO, Antonio Joaquim. Metodologia do trabalho científico. 21 ed. São Paulo: Cortez, 2000.

TRIVINOS, A. Introdução à pesquisa em ciências sociais. São Paulo: Atlas, 1987.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

EASTERBY-SMITH, M.; THORPE, R.; LOWE, A. Pesquisa gerencial em administração: um guia para monografias, dissertações, pesquisas internas e trabalhos em consultoria. São Paulo: Pioneira, 1999. 172 p. (Biblioteca Pioneira de Administração e Negócios) ISBN 85-221-0169-8. NT

GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 5º ed. São Paulo: Atlas, 1999.

MARQUES, Mário Osório. Escrever é preciso: o princípio da pesquisa. 5. ed. rev. Ijuí: Editora Unijui; Brasília: INEP, 2006. 154 p. (Coleção Mário Osório Marques, v.1). ISBN 85-85866-36-5.

VERGARA, Sylvia Constant. Métodos de pesquisa em administração. 3º ed. São Paulo: Atlas, 2008. 287 p. ISBN 978-85-224-4999-6.

UNIJUI - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
Claudir Cesar Staats
Secretário Acadêmico Adjunto

PLANO DE ENSINO

DISCIPLINA: SOCIEDADE, POLÍTICA E CULTURA

CARGA HORÁRIA: 60 horas

CRÉDITOS: 4

ANO/PERÍODO DE OFERTA: 2012 / 1º Semestre

EMENTA:

O componente curricular aborda, a partir de uma análise histórico-conceitual e interdisciplinar, aspectos referentes à constituição da sociabilidade humana, desde a gênese da sociedade moderna, sua crise e a configuração da sociedade contemporânea, considerando as contribuições da Filosofia, da Sociologia, da Antropologia e da Ciência Política. Enfoca as problemáticas da racionalidade, do trabalho, do mundo simbólico, das instituições sociais e políticas em seus aspectos globais e locais.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

- I) O processo geral da cultura – introduz noções conceituais gerais sobre o devir humano em sua relação com a natureza e com a sociedade, demonstrando num segundo momento, as suas diferentes configurações históricas, na passagem do pensamento mitológico ao filosófico e ao advento da ciência moderna.
- II) A modernidade – versa sobre a formação econômica, social, política e cultural da sociedade burguesa e enfatiza as configurações teóricas que deram inteligibilidade ao movimento histórico-cultural do iluminismo clássico, em suas diversas expressões.
- III) A pós-modernidade – propõe um debate crítico entre a transição da sociedade moderna para a pós-moderna, reunindo e problematizando a contribuição de vários autores, concluindo com a defesa de um projeto neomoderno da sociedade.
- IV) Questões contemporâneas - agrega ao eixo temático geral desta proposta programática, alguns temas da atualidade, oferecendo uma visibilidade mais objetiva: a identificação conceitual e a crítica ao neoliberalismo; a crítica sobre a noção corrente de cidadania; uma análise das determinações do mundo do trabalho nesta virada de século; o debate sobre a criminalização da pobreza; uma abordagem sobre a promessa de felicidade corporal sob a lógica da mercadoria (corpo como mercadoria)

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

GIDDENS, Anthony. Sociologia. 4.ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.
IANNI, Octávio. A era do globalismo. 7.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.
ROUANET, Sérgio Paulo. As razões do iluminismo. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
SILVA, Enio Waldir da. Sociedade, Política e Cultura. Ijuí: Editora Unijuí, 2008. (Coleção Educação à Distância. Série Livro-Texto)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

ANTUNES, Ricardo. Os sentidos do trabalho: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. 6.ed. São Paulo: Boitempo, 2003.
BAUMAN, Zygmunt. O mal-estar da pós-modernidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.
GHISALBERTI, Alessandro. As raízes medievais do pensamento moderno. Porto Alegre: Edipucrs, 2001.
HUNT, E. K.; SHERMAN, Howard J. História do pensamento econômico. 13.ed. Petrópolis: Vozes, 1995.
REALE, Giovanni; ANTISERI, Dario. História da filosofia: do humanismo a Kant. 6.ed. São Paulo: Paulinas, 2003. v.2.

UNIJUI - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
Claudir Cesar Staats
Secretário Acadêmico Adjunto

PLANO DE ENSINO

DISCIPLINA: ECONOMIA

CARGA HORÁRIA: 60 horas

CRÉDITOS: 4

ANO/PERÍODO DE OFERTA: 2012 / 1º Semestre

EMENTA:

O componente curricular objetiva introduzir o estudante de áreas afins ao estudo da economia na linguagem e no pensamento próprios da Ciência Econômica. No campo da teoria microeconômica (formação de preços e alocação de recursos) a ênfase será o estudo da demanda e oferta individuais de produtos e as estruturas de mercado, especialmente a economia de concorrência perfeita. No campo da teoria macroeconômica, a composição funcional da demanda agregada será estudada juntamente com os instrumentos para sua administração por parte dos governos, segundo Keynes.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

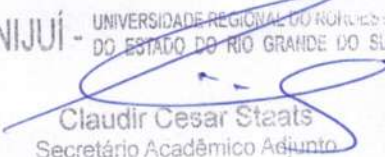
1. Introdução
 - 1.1. Conceitos de economia e o âmbito econômico
 - 1.2. A dicotomia Microeconomia e Macroeconomia
2. Microeconomia
 - 2.1. Demanda, oferta e equilíbrio de mercado
 - 2.1.1. O Estudo da demanda
 - 2.1.2. O estudo da oferta
 - 2.1.3. O equilíbrio de mercado
 - 2.2. Teoria do Consumidor
 - 2.2.1. Conceito e componentes da curva de demanda
 - 2.2.2. Conceitos de elasticidade
 - 2.2.3. Efeitos renda e substituição
 - 2.3. Teoria da Firma
 - 2.3.1. Função Produção
 - 2.3.2. Função Custos
 - 2.4. As estruturas de mercados
3. Macroeconomia
 - 3.1. A contabilidade social
 - 3.1.1. Os agregados macroeconômicos
 - 3.1.2. Identidade básica da macroeconomia
 - 3.2. A intervenção do Estado na economia
 - 3.2.1. Política fiscal
 - 3.2.2. Política monetária
 - 3.2.3. Política cambial/comercial

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

DORNBUSCH, R., FISCHER, Stanley. Macroeconomia. São Paulo : McGraw Hill, 1982
STIGLITZ, J. E.; WALSH, C. E. Introdução à Macroeconomia. Rio de Janeiro: Campus, 2003
STIGLITZ, J. E.; WALSH, C. E. Introdução à Microeconomia. Rio de Janeiro: Campus, 2003

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

LEFTWICH, R. H. O sistema de preços e a alocação de recursos. São Paulo : Pioneira, 1983.
PINHO, D. B. (Coord.). Manual de economia. São Paulo : Saraiva, 1989
SACHS, Jeffrey D; LARRAÍN, Felipe. Macroeconomia. São Paulo : Makron-Books, 1995

UNIJUI - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

Claudir Cesar Staats
Secretário Acadêmico Adjunto

PLANO DE ENSINO

DISCIPLINA: CONTABILIDADE II

CARGA HORÁRIA: 60 horas

CRÉDITOS: 4

ANO/PERÍODO DE OFERTA: 2012 / 2º Semestre

EMENTA:

Discussão de ações administrativas e seus reflexos na estrutura e composição do patrimônio e dos resultados das Entidades. Estrutura e distribuição dos componentes do ativo, do passivo e do patrimônio líquido das empresas. Receitas, despesas e apuração do resultado do exercício financeiro. Composição e distribuição do resultado. Elaboração e estrutura do balanço patrimonial e da demonstração do resultado do exercício.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

- 1 – REVISÃO CONTABILIDADE I
 - 1.1 Revisão Teórica
 - 1.2 Revisão Prática
 - 1.2.1 Diferenciação de Contas Patrimoniais e de Resultado
 - 1.2.2 Lançamentos Contábeis (Por Caixa, Por Bancos, Extra-Caixas e Mistos)
 - 1.2.3 Lançamentos envolvendo Compra de Mercadorias pelo controle de Estoque Permanente e Periódico
- 2 – DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS
 - 2.1 Balanço Patrimonial
 - 2.1.1 Ativo: Bens e Direitos
 - 2.1.2 Passivo: Obrigações
 - 2.1.3 Patrimônio Líquido: Capital Próprio
 - 2.2 Demonstração do Resultado do Exercício
 - 2.3 Balancete
- 3 – FATOS QUE ALTERAM COMPRAS E VENDAS
 - 3.1 Impostos nas compras – ICMS e IPI
 - 3.2 Impostos nas vendas – ICMS, IPI, PIS e COFINS
 - 3.3 Abatimentos, fretes, devoluções e seguros
- 4 – MÉTODOS DE AVALIAÇÃO DE ESTOQUES
 - 4.1 Controle Periódico
 - 4.2 Controle Permanente
 - 4.2.1 PEPS (primeiro que entra primeiro que sai)
 - 4.2.2 UEPS (último que entra primeiro que sai)
 - 4.2.3 PMP (preço médio ponderado)
 - 4.2.3 Apuração do Custo da Mercadoria Vendida
- 5 – AJUSTES CONTÁBEIS
 - 5.1 Nas disponibilidades; Contas a Receber; Aplicações de Curto Prazo; Estoques. Nas Contas a Apropriar; Contas a pagar; empréstimos e financiamentos;
 - 5.2 Ativo Não Circulante
 - 5.2.1 Investimento, Imobilizado (Depreciação, amortização e exaustão) e Intangível
- 6 – FOLHA DE PAGAMENTO
 - 6.1 Elaboração da Folha de Pagamento
 - 6.2 Cálculo dos adicionais e dos descontos
 - 6.3 Encargos sociais
 - 6.4 Contabilização da Folha de Pagamento
- 7 - APURAÇÃO E DESTINAÇÃO DO RESULTADO
 - 7.1 Apuração do Lucro Contábil
 - 7.2 Destinação do Resultado
 - 7.3 Impostos incidentes sobre o resultado
 - 7.4 Elaboração do Balanço Patrimonial
 - 7.5 Elaboração da Demonstração do Resultado do Exercício

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BASSO, Irani Paulo. Contabilidade geral básica. 2ª ed. Ijuí. Ed. UNIJUI, 2000.
GOUVEIA, Nelson. Contabilidade básica. São Paulo: Ed. McGraw-Hill, 1984.

UNIJUI - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

Claudir Cesar Staats
Secretário Acadêmico Adjunto



UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

Reconhecida pela Portaria Ministerial nº 497 de 28/06/1985 - D.O.U 01/07/1985
Regionalizada pelas Portarias Ministeriais nº 1626 de 10/11/1993 - D.O.U 11/11/1993 e nº 816 de 27/05/1994 - D.O.U 30/05/1994
Recredenciada pela Portaria Ministerial nº 521, de 10/05/2012 - D.O.U 11/05/2012

LEITE, Hélio de Paula. Contabilidade para Administradores. Atlas; SP
LEONE, George G. Curso de Contabilidade de custos. 2.ed., São Paulo: Atlas, 2000. 65747L583c.
NAGATSUKA, Divane A da Silva. TELES, Egberto Lucena. Manual de contabilidade introdutória. São Paulo: Pioneira Thomson, 2002

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

EQUIPE DE PROFESSORES DA FEA/USP. Contabilidade introdutória. 9 ed. São Paulo: Atlas, 1998.
FIPECAFI. Manual de contabilidade das sociedades por ações. 5. ed., São Paulo: Atlas, 2000. 657:347.725/F981m.
IUDÍCIBUS, Sérgio e MARION, José Carlos. Contabilidade para não contadores. São Paulo: Atlas. 657:658192M.
PADOVESE, Clóvis Luis. Manual de contabilidade básica. São Paulo: Atlas, 1998. 657.1P1.24m.
MARION, José Carlos. Contabilidade básica. 3. ed., São Paulo: Atlas, 1995. 657.1M341c.

UNIJUI - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
Claudir Cesar Staats
Secretário Acadêmico Adjunto

PLANO DE ENSINO

DISCIPLINA: SISTEMA DE APOIO À DECISÃO

CARGA HORÁRIA: 75 horas

CRÉDITOS: 5

ANO/PERÍODO DE OFERTA: 2012 / 2º Semestre

EMENTA:

Administração contemporânea enquanto processo decisório. Possibilidades e limites da racionalidade e da intuição no processo decisório. Estrutura de um sistema de informação. O método de análise de sistemas. Utilizar-se-á dos fundamentos teóricos trabalhados neste componente para a realização de prática organizacional.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

Unidade I – SISTEMAS DE APOIO À DECISÃO: TEORIA E PRÁTICA

- Histórico
- Sistemas de Apoio à decisão e Sistemas de Informações Gerenciais
- O contexto atual e os Sistemas de Informação
- Fatores críticos para o sucesso de uma empresa
- Plano de Negócios e Plano Estratégico como insumos para o SAD
- Racionalidade e Intuição
- Dado, Informação, Conhecimento e Sabedoria.

Competência (IV): Desenvolver a capacidade de raciocínio lógico e analítico típicos de sistemas de informação aplicados, com capacidade crítica em diferentes contextos organizacionais e sociais.

Unidade II – PROCESSO DECISÓRIO NAS ORGANIZAÇÕES

- Definições de processo decisório
- Teoria das decisões
- Elementos da decisão
- Classificação das decisões: operacionais, táticas e estratégicas; estruturadas, semi estruturadas e não estruturadas e níveis de incerteza e risco, e outras classificações
- Modelos de processo decisório

Competências (I): reconhecer e definir problemas, equacionar soluções, pensar estrategicamente, atuar preventivamente, transferir e generalizar conhecimentos e exercer, em diferentes graus de complexidade, o processo da tomada de decisão;

Unidade III– A ORGANIZAÇÃO E A DECISÃO NAS ÁREAS ESPECÍFICAS

- Marketing – Customer Relationship Management (CRM) – Gestão de Relacionamento com o Cliente;
- Produção e Logística – MRP (Material Requirement Planning) I e MRP (Manufacturing Resource Planning) II, GPS (Global Positioning System)
- Finanças – Controles e Aplicações na Bolsa de Valores
- Gestão de Pessoas – Informações Trabalhistas e Controles de Histórico de Empregados.

Competência (I, II): Desenvolver a capacidade de expressão e comunicação, além reconhecer e definir problemas, equacionar soluções, pensar estrategicamente, além de transferir e generalizar conhecimentos, frente a diferentes graus de complexidade organizacional, exercer o processo da tomada de decisão.

Unidade IV – APOIO À DECISÃO: REQUISITOS INFORMACIONAIS

- Informação e Processo Decisório
- Negócios interativos
- SIE – Sistemas de Informações Executivas (Data Warehouse e Data Mining)
- Internet, E-Business, E-Commerce e E-Mobile
- Business Intelligence (BI) e o Balanced Scorecard – BSC.

Competência (VI, VII, VIII): Desenvolver a capacidade tanto de transferir conhecimentos da experiência cotidiana para o ambiente de trabalho, viabilizado pela capacidade de elaborar, implementar e consolidar projetos em diferentes organizações revelando-se profissional adaptável.

Unidade V – SEMINÁRIOS COM OS SISTEMAS DE APOIO À DECISÃO (SAD)

- Aplicações das principais “ferramentas” (software) entre os grupos (sempre com o máximo de 4 componentes)

Competência (I, III, V, VIII): Desenvolver a capacidade de diagnosticar e propor melhorias tanto na área operacional, tática e estratégica, com iniciativa, criatividade, determinação, vontade política e administrativa frente às mudanças que ocorrem no cenário competitivo global.



UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

Reconhecida pela Portaria Ministerial nº 497 de 28/06/1985 - D.O.U 01/07/1985
Regionalizada pelas Portarias Ministeriais nº 1626 de 10/11/1993 - D.O.U 11/11/1993 e nº 818 de 27/05/1994 - D.O.U 30/05/1994
Recredenciada pela Portaria Ministerial nº 521, de 10/05/2012 - O.G.U 11/05/2012

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

- BEUREN, Ilse Maria. Gerenciamento da Informação: Um recurso estratégico no processo de gestão empresarial. Atlas, 2000.
- BIO, S. R. Sistemas de informação: um enfoque gerencial. SP: Atlas, 1998
- O'BRIEN, James A. Sistemas de informação e as decisões gerenciais na era da internet. São Paulo: Saraiva, 2001.
- OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Sistemas de Informações Gerenciais: estratégias, táticas e operacionais. Atlas, 2001.
- PARIKH, Jagdish. Intuição, a Nova Fronteira da Administração. São Paulo: Cultrix, 2000.
- RESENDE, Denis Alcides e ABREU, Aline França. Tecnologia da informação aplicada a sistemas de informação empresariais. Atlas, 2001.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

- BLECHER, Nelson. Por que a intuição (e quem sabe lidar com ela) é cada vez mais valorizada no mundo dos negócios. Exame, S. Paulo: Ed. Abril, V.31, n.21, p. 20-30, 8/out./97.
- COMISSÃO NACIONAL DE ATIVIDADES ESPACIAIS. Introdução à Análise de Sistemas (texto atualizado, reescrito e complementado pelo Prof. Paulo A. Frizzo). Ijuí: UNIJUI, 2002.
- GUERREIRO RAMOS, Alberto. Administração e Contexto Brasileiro. Rio de Janeiro: FGV, 1982.
- MOTTA, Paulo Roberto. Gestão Contemporânea: a Ciência e a Arte de ser Dirigente. R. de Janeiro: Record, 1991.

UNIJUI - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE
DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
Claudir Cesar Staats
Secretário Acadêmico Adjunto

PLANO DE ENSINO

DISCIPLINA: GESTÃO DE NEGÓCIOS I

CARGA HORÁRIA: 60 horas

CRÉDITOS: 4

ANO/PERÍODO DE OFERTA: 2013 / 2º Semestre

EMENTA:

O componente tem a finalidade de preparar os profissionais para agir e pensar com criatividade, liderança e visão de futuro, para ocupar seu espaço no mercado. Conceituação e Funções do negócio; O que é ser empreendedor. O que é oportunidade, identificando oportunidades. Qualidades necessárias ao empreendedor bem sucedido; O que é Empreendedorismo; A construção de uma visão, missão e princípios do negócio; Recomendações para início das atividades; Diagnóstico interno (fortalezas e fraquezas) e externo (oportunidades e ameaças). Criatividade e ideia de empresa. Etapas para criar uma empresa. Questões legais para formalizar um empreendimento.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

Módulo I

- Empreendedorismo
- Empreendedor e intra-empendedor
- Perfil do Ser Empreendedor

Módulo II

- O executivo
- Liderança nas organizações
- Criatividade nos negócios
- Inovação empresarial
- Tecnologia e tecnologia da informação na construção de novos empreendimentos

Módulo III

- Ideia e oportunidade
- Identificando oportunidades de negócios
- Análise de situação e projeções de cenários
- Construção de uma oportunidade

Módulo IV

- Recomendações para o início das atividades de um negócio
- Questões legais para formalizar um empreendimento
- Erros a serem evitados na construção de novos empreendimentos

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

- CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. SP. Saraiva.2004
DOLABELA, Fernando. Oficina do Empreendedor. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.
FARAH, Osvaldo E. CAVALCANTI, Marly. Empresas: criação & administração. São Paulo : Érica, 1998.
HINGSTON, Peter. Como abrir e administrar seu próprio negócio. S.P. Publifolha, 2002. (Próprio Negócio)
HISRICH, Robert D. PETERS, Michael P. Empreendedorismo. Porto Alegre: Bookmann, 2004.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

- SALIM, Cesar Simões, HOCHMAN, Nelson, RAMAL, Andrea C. RAMAL, Silvana Ana. Construindo Planos de Negócios: todos os passos necessários para planejar e desenvolver negócios de sucesso. 2ed. Rio de Janeiro : Campus, 2003.
CUNHA, J. C. de Almeida, FERLA, Luiz Alberto (Org.). Iniciando seu Próprio Negócio. Florianópolis : Instituto de Estudos Avançados - IEA, 1954.
DEGEN, Ronald. O Empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.
KING, Bob e SCHLICKSUPP, Dr. Helmut. Criatividade: Uma vantagem competitiva. RJ. Ed. Qualitymark, 1999
TEIXEIRA, Elson A. Criatividade, ousadia e competência. Makron Books. SP. 2002

UNIJUI - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE
DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
Claudir Cesar Staats
Secretário Acadêmico Adjunto



UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

Reconhecida pela Portaria Ministerial nº 497 de 28/06/1985 - D.O.U 01/07/1985
Regionalizada pelas Portarias Ministeriais nº 1626 de 10/11/1993 - D.O.U 11/11/1993 e nº 818 de 27/05/1994 - D.O.U 30/05/1994
Recredenciada pela Portaria Ministerial nº 521, de 10/05/2012 - D.O.U 11/05/2012

- Venda Pessoal
- Mídias Sociais
- Decisões de mídia

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BOONE, Louis E., KURTZ, David L. Marketing Contemporâneo. 8ª ed. Rio de Janeiro: LTC - Livros Técnicos e Científicos, 1998.

COBRA, Marcos. Administração de Marketing. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 1992.

GRÖNROSS, Christian. "Marketing - Gerenciamento e Serviços". RJ: Campus, 1995.

KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary. Princípios de Marketing. 7ª ed. Rio de Janeiro: LTC - Livros Técnicos e Científicos, 1999. Cod: 659.1/K87P, -> 06.

MALHOTRA, Naresh. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. 3ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2001

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

KOTLER, Philip. Administração de Marketing. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1998. Cod: 659.1/K87AD, -> 13.

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

MCCARTHY, Jerome E. Marketing Essencial. São Paulo: Atlas, 1997. Cod: 659.1/M478MA, -> 07.

McKENNA, Régis. Marketing de Relacionamento: estratégias bem sucedidas para a era do cliente. RJ. Campos, 1993

SANT'ANA, Armando. Propaganda - Teoria, Técnica e Prática. 6ª ed. São Paulo: Pioneira, 1996.

UNIJUI - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE
DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
Claudir Cesar Steats
Secretário Acadêmico Adjunto

PLANO DE ENSINO

DISCIPLINA: ADMINISTRAÇÃO DA PRODUÇÃO E OPERAÇÕES I

CARGA HORÁRIA: 75 horas

CRÉDITOS: 5

ANO/PERÍODO DE OFERTA: 2015 / 1º Semestre

EMENTA:

Administração da produção e operações: pressupostos, objetivos e trajetória histórica. Administração estratégica da produção e operações. Sistemas de produção e de serviços. Planejamento e controle da produção. Processo produtivo e arranjo físico. Estudo da capacidade produtiva: carga-de-máquina e mão-de-obra. Organização do trabalho e ergonomia. Utilizar-se-á dos fundamentos teóricos trabalhados neste componente para a realização de prática organizacional.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

Administração da Produção e Operações:

Pressupostos conceituais sobre a administração da produção e operações

Evolução histórica da administração da produção e operações

Atividades da administração da produção e operações:

Função produção nas organizações e interrelação com as demais áreas

Objetivos da função produção

Sistemas de Produção e Operações:

Modelo de transformação: input - transformação - output

Tipos de sistema de produção: manufatura

Tipos de sistema de operações: serviços

Processo Produtivo e Arranjo Físico:

Estudo da localização

Estudo do arranjo físico

Decisões sobre arranjo físico

Arranjo físico e correlação com o sistema de produção: manufatura

Arranjo físico e correlação com o sistema de produção: serviços

Organização do Trabalho e Ergonomia

Planejamento e Controle da Produção:

Diretrizes sobre PCP

Fornecimento e Demanda

Atividades do PCP

Introdução as técnicas de PCP

Estudo da Capacidade Produtiva:

Carga de máquina

Carga de mão-de-obra

Eficiência e Produtividade

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

CORRÊA, Henrique L. CORRÊA, Carlos A. Administração da produção e operações - manufatura e serviços: uma abordagem estratégica. São Paulo: Atlas, 2004.

MARTINS, Petrônio G. LAUGENI, Fernando P. Administração da produção. São Paulo: Saraiva, 2001.

MOREIRA, Daniel Augusto. Administração da produção e operações. São Paulo: Thomson Learning, 2002.

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

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

GAITHER, Norman; FRAZIER, Greg. Administração da produção e operações. 8ª edição. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

PAIVA, Ely Laureano; CARVALHO JR., José Mário de; FENSTERSEIFER, Jaime Evaldo. Estratégia de Produção e de Operações. Porto Alegre: Bookman, 2004.

PALADINI, Edson Pacheco. Avaliação Estratégia da Qualidade. São Paulo: Atlas, 2002.

PALADINI, Edson Pacheco. Gestão da Qualidade: Teoria e Prática. São Paulo: Atlas, 2000.

RUSSOMANO, Victor Henrique. Planejamento e controle da produção. São Paulo: Pioneira, 2000.

GOLDRATT, Eliyahu. A meta. São Paulo: Nobel, 2002.

PLANO DE ENSINO

DISCIPLINA: ADMINISTRAÇÃO DA PRODUÇÃO E OPERAÇÕES II

CARGA HORÁRIA: 60 horas

CRÉDITOS: 4

ANO/PERÍODO DE OFERTA: 2015 / 2º Semestre

EMENTA:

Gargalos produtivos. Tecnologia nos processos produtivos. Gestão e sistemas de qualidade. Produção Enxuta. Desafios à gestão da produção e operações.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Administração da Produção e Operações - Revisão APO I
2. Administração Estratégica da Produção
3. Gargalos Produtivos
4. Tecnologia nos Processos Produtivos
5. Gestão e Sistemas da Qualidade
6. Produção Enxuta
7. Desafios à Gestão da Produção e Operações

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

SLACK, Nigel. CHAMBERS, Stuart. JOHNSTON, Robert. Administração da produção. São Paulo: Atlas, 2002.
CORREIA, H. L. GIANESI, I. G. N. Just in time, MRP II, e OPT: um enfoque estratégico. São Paulo: Atlas, 1996.
GAITHER, Norman; FRAZIER, Greg. Administração da produção e operações. 8ª edição. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002. PAIVA, Ely Laureano; CARVALHO JR., José Mário de; FENSTERSEIFER, Jaime Evaldo. Estratégia de Produção e de Operações. Porto Alegre: Bookman, 2004.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

CORRÊA, Henrique L. CORRÊA, Carlos A. Administração da produção e operações - manufatura e serviços: uma abordagem estratégica. São Paulo: Atlas, 2004.
GOLDRATT, Eliyahu. A meta. São Paulo: Nobel, 2002.
MARTINS, Petrônio G. LAUGENI, Fernando P. Administração da produção. São Paulo: Saraiva, 2001.
MOREIRA, Daniel Augusto. Administração da produção e operações. São Paulo: Thomson Learning, 2002.
CAMPOS, Vicente Falconi. TQC: controle da qualidade total (no estilo japonês). Belo Horizonte: Fundação Christiano Ottoni. Escola de Engenharia da UFMG, 1992.
PALADINI, Edson Pacheco. Avaliação Estratégia da Qualidade. São Paulo: Atlas, 2002.

UNIJUI - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
Claudir Cesar Staats
Secretário Acadêmico Adjunto

PLANO DE ENSINO

DISCIPLINA: MARKETING NO AGRONEGÓCIO

CARGA HORÁRIA: 75 horas

CRÉDITOS: 5

ANO/PERÍODO DE OFERTA: 2015 / 2º Semestre

EMENTA:

A disciplina Marketing no Agronegócio aborda a questão dos sistemas agroalimentar e a organização industrial em agribusiness. Apresenta a contextualização do marketing no agronegócio a partir da Abordagem dos 4 Pes no Marketing: Produto - Preço - Ponto - Promoção, e do comportamento do consumidor no contexto do agronegócio. Os agentes das cadeias produtivas no agronegócio.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

UNIDADE 1 – SISTEMAS AGROINDUSTRIAIS

Nesta unidade você irá estudar os principais conceitos de agribusiness e sistema agroalimentar. Para melhor compreender o conceito, o estudo apresenta a definição na concepção de diversos autores. Em seguida, são apresentados os principais desafios do agronegócio brasileiro e o potencial que o país possui no mercado para os produtos do setor.

UNIDADE 2 – ORGANIZAÇÃO, COMERCIALIZAÇÃO E CONCORRÊNCIA NO SISTEMA AGROALIMENTAR (SAG)

Importante para o aluno, nesta segunda unidade, após a compreensão dos principais conceitos de agribusiness e de sistema agroalimentar, é entender o processo de comercialização dos produtos agroindustriais. Desta forma, nesta unidade é estudado o sistema de organização industrial no agronegócio e o processo de comercialização deste setor. Vamos entender também os principais conceitos de concorrência e estratégias de competitividade no agronegócio.

UNIDADE 3 – MARKETING NO AGRONEGÓCIO

Nesta unidade, vamos estudar inicialmente o conceito de marketing e a influencia deste nos sistemas agroindustriais. Em seguida, vamos conhecer o processo de segmentação e as estratégias utilizadas para selecionar o mercado-alvo. Vamos estudar também a forma de gerenciamento de canais de marketing, o comportamento do consumidor e os elementos do composto de marketing no agronegócio.

UNIDADE 4 – O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

O consumidor é um agente importante para a competitividade e definição de estratégias no agronegócio. Portanto, nesta unidade vamos estudar os principais conceitos para a compreensão do campo de estudo do comportamento do consumidor e conhecer as características do comprador industrial. E, por fim, vamos entender as principais mudanças que estão ocorrendo no mercado consumidor de produtos agroalimentares, enfocando o aumento da exigência por parte dos indivíduos para a aquisição e uso de tais produtos.

UNIDADE 5 – O AGRONEGÓCIO COOPERATIVO

O sistema cooperativo participa de forma decisiva para o sucesso das cadeias do agronegócio brasileiro. Nesta unidade, inicialmente vamos estudar os conceitos e definições de cooperativismo. Apresentaremos os principais elementos presentes no processo de cooperação nos agronegócios. E, por fim, vamos entender o conceito e a importância das redes no ambiente cooperativo.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BATALHA, M. O. Gestão agroindustrial: Gepai- Grupos de Estudos e Pesquisa Agroindustriais. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2001.

KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary. Princípios de Marketing. 7ª ed. Rio de Janeiro: LTC - Livros Técnicos e Científicos, 1999.

ZAMBERLAN, Luciano (et al). Relações de marketing na cadeia do agronegócio. Ijuí: Ed. Unijui, 2009. Coleção educação a distância.(on line- digital).

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

KOTLER, Philip. Administração de Marketing. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1998.

McKENNA, Régis. Marketing de Relacionamento: estratégias bem sucedidas para a era do cliente. RJ. Campos, 1993

MEGIDO, Jose Luiz Tejon e XAVIER, Coroliano. Marketing & Agribusiness. SP, Ed. Atlas, 1995.

NEVES, Marcos Fava e CASTRO, Luciano Thomé.(coord.) Marketing e Estratégia em Agronegócios e Alimentos. SP, Ed. Atlas, 2003

ZYLBERSZTAJN, D., NEVES, M.F. Economia e gestão dos negócios agroalimentares: indústria de alimentos, indústria de insumos, produção agropecuária, distribuição. São Paulo: Pioneira, 2.000

PLANO DE ENSINO

DISCIPLINA: PLANEJAMENTO E ESTRATÉGIAS ORGANIZACIONAIS

CARGA HORÁRIA: 75 horas

CRÉDITOS: 5

ANO/PERÍODO DE OFERTA: 2016 / 1º Semestre

EMENTA:

Esta disciplina está voltada para o planejamento como elemento do processo administrativo e para o desenvolvimento de estratégia organizacional a partir do viés das áreas funcionais. Busca construir os fundamentos do planejamento; metodologias e etapas do processo de planejamento. Foca também, os níveis de planejamento estratégico tático e operacional. Utilização dos elementos teóricos do planejamento para realização de uma prática organizacional. Ao final da disciplina, espera-se que o aluno seja capaz de entender e construir um plano estratégico.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

- 1 - Contexto Organizacional
 - 1.1 - A dinâmica da sociedade contemporânea e suas perspectivas
 - 1.2 - O Impacto das mudanças no contexto das organizações
 - 1.3 - O reposicionamento estratégico
 - 1.4 - Desafios e imperativos para uma efetiva gestão estratégica nas organizações
- 2 - Planejamento Organizacional
 - 2.1 - Conceituação de planejamento; Tipos de planejamento; filosofias do planejamento
 - 2.2 - O planejamento como elemento do processo administrativo
 - 2.3 - Planejamento intuitivo e planejamento formal
 - 2.4 - Planejamento e processo decisório
- 3 - Estratégias Organizacionais
 - 3.1 - As origens, concepção e conceituação de estratégia
 - 3.2 - As escolas de formação de estratégias e seus preceitos
 - 3.3 - Os modos de formação de estratégias e estilos de Administração
 - 3.4 - O processo de formulação de estratégias
 - 3.5 - Tipologia de estratégias
- 4 - Planejamento Estratégico Organizacional
 - 4.1 - Diagnóstico estratégico ou Análise da situação existente (a organização que temos)
 - 4.2 - Estratégia organizacional (a organização que queremos)
 - 4.3 - Instituição e controle da estratégia organizacional (mudando para sobreviver e crescer)
 - 4.4 - Planos táticos e operacionais
 - 4.5 - Execução da estratégia organizacional: Análise SWOT, Balanced Scorecard (BSC) e 5W2H
 - 4.6 - Do Planejamento Estratégico à Gestão Estratégica

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

- OLIVEIRA, Djalma de P. R. Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas. 2ª. ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- PORTER, Michael E. Competição. Estratégias competitivas essenciais. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- TACHIZAWA, Takeshy & REZENDE, Wilson. Estratégia empresarial: tendências e desafios - um enfoque na realidade brasileira. São Paulo: Makron Books, 2000. 193p.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

- ANSOFF, Igor H. Estratégia empresarial. São Paulo: Atlas 1997.
- CAVALCANTI, Marly (org.). Gestão estratégica de negócios: evolução, cenários, diagnóstico e ação. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001. 386 p.
- FALCONI, Vicente. Gerenciamento da rotina do trabalho do dia-a-dia. 8.ed. Belo Horizonte: INDG, 2004.
- RASIA e LOPES, Fernando. Aspectos básicos do planejamento organizacional. Ijuí: UNIJUI, 1995. Coleção série administração 07.
- TAVARES. Mauro C. Planejamento Estratégico. A opção entre sucesso e fracasso empresarial. São Paulo: HARBRA 1991.

UNIJUI - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

Claudir Cesar Staats
Secretário Acadêmico Adjunto

PLANO DE ENSINO

DISCIPLINA: PRÁTICAS ORGANIZACIONAIS

CARGA HORÁRIA: 90 horas

CRÉDITOS: 6

ANO/PERÍODO DE OFERTA: 2016 / 2º Semestre

EMENTA:

Esta disciplina coloca o acadêmico em contato com a realidade organizacional nos aspectos trabalhados como fundamentos das áreas funcionais (Finanças, Produção e Operações, Marketing e Gestão de Pessoas). Ao final da disciplina, espera-se que o acadêmico sistematize sua percepção teórico-prática com um olhar sistêmico.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

- retomada, via revisitas a acervos bibliográficos e documentais, dos saberes constituídos de forma gradual, segmentada e progressiva nas disciplinas de Análise Financeira, Planejamento e Estratégias Organizacionais, Fundamentos de Marketing, Fundamentos de Produção e Operações e Fundamentos de Gestão de Pessoas, construindo assim as bases teórico-conceituais para o planejamento do estudo teórico-prático específico desta disciplina;
- o banco de dados constituído com a coleta de dados efetuada para diagnosticar as relações integradas e integradoras das áreas estudadas;
- a estruturação e análise sistêmica de dados e respectiva compreensão das interrelações que estas áreas tem entre si;
- os estudos acerca de emissão de pareceres técnicos;
- os conteúdos apresentados e discutidos nos trabalhos em grupos, nos seminários de socialização dos resultados em aula, com a escuta dos pares.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

- ARANTES, Nélcio. Sistemas de gestão empresarial: conceitos permanentes na administração de empresas válidas. São Paulo: Atlas, 1994.
- DRUCKER, Peter. A Profissão de Administrador. SP: Pioneira, 1998.
- TEIXEIRA et al. Pesquisa em administração. Ijuí : Ed. Unijui, 2009. - 232 p. - (Coleção educação a distância. Série livro-texto)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

- DUBRIN, Andrew J. Princípios de Administração. 4.ed. Rio de Janeiro: LTC - Livros Técnicos e Científicos Editora S/A, 2001.
- LACOMBE, Francisco e HEILBORN, Gilberto. Administração: princípios e tendências. SP: Saraiva, 2003
- MORAES, A. M. P. Iniciação ao estudo da administração. Rio de Janeiro: Makron Books, 2000.
- OLIVEIRA, Djalma de P. R. Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas. 2ª. ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- SILVA, Reinaldo O. da. Teorias da Administração. SP: Pioneira, 2001.

UNIJUI - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

Claudir César Staats
Secretário Acadêmico Adjunto

PLANO DE ENSINO

DISCIPLINA: GESTÃO DA TECNOLOGIA E DA INOVAÇÃO

CARGA HORÁRIA: 60 horas

CRÉDITOS: 4

ANO/PERÍODO DE OFERTA: 2016 / 2º Semestre

EMENTA:

A gestão tecnológica na empresa. O processo de aprendizagem tecnológica. Empreendedorismo tecnológico. Estratégias de gestão da inovação. Alianças estratégicas. Propriedade intelectual. Criação e desenvolvimento de competências organizacionais. Utilizar-se-á dos fundamentos teóricos trabalhados neste componente para a realização de prática organizacional.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

UNIDADE 1 – OS DESAFIOS DE GERENCIAR A INOVAÇÃO E A TECNOLOGIA NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

Seção 1.1 – Características da Nova Sociedade e da Nova Economia

1.1.1 – Sociedade Pós-Industrial

1.1.2 – A Sociedade Informacional

UNIDADE 2 – A IMPORTÂNCIA DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA NA ECONOMIA CONTEMPORÂNEA

Seção 2.1 – Inovação e Produtividade

Seção 2.2 – Inovação e Mudança Tecnológica:

da Visão Neoclássica à Concepção Evolutiva

UNIDADE 3 – INOVAÇÃO, TECNOLOGIA E COMPETITIVIDADE: A DINÂMICA DOS PRINCIPAIS CONCEITOS

Seção 3.1 – Ciência e Tecnologia

3.1.1 – O Sentido Histórico da Tecnologia

Seção 3.2 – Inovação: Tipos e Processos

3.2.1 – O que é Inovação?

3.2.2 – Tipos de Inovação

3.2.3 – Processo de Inovação

Seção 3.3 – Inovação e Competitividade

UNIDADE 4 – A GESTÃO DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA

Seção 4.1 – Em Busca de um Padrão de Gerenciamento

Seção 4.2 – Gerenciar o Processo de Inovação Incremental Contínua ou, “Sabendo o que Fazemos, mas Melhor”.

Seção 4.3 – Gerenciar o Processo de Inovação Descontínua ou “Fazer de um Jeito Diferente”.

4.3.1 – Padrões de Evolução Tecnológica e a Gestão Descontínua

4.3.2 – Gerenciando a Descontinuidade

4.3.3 – Rotinas Complementares ou Paralelas em Condições de Descontinuidade

UNIDADE 5 – OS AMBIENTES FAVORÁVEIS AO EMPREENDEDORISMO INOVADOR

Seção 5.1 – Incubadoras de Empresas

Seção 5.2 – Parques Tecnológicos

Seção 5.3 – Polos Tecnológicos

Seção 5.4 – Tecnopole

Seção 5.5 – Arranjos Produtivos Locais

UNIDADE 6 – PROPRIEDADE INTELECTUAL

Seção 6.1 – A Legislação Brasileira

Seção 6.2 – Os Órgãos Brasileiros Responsáveis pela Proteção do Conhecimento Produzido

Seção 6.3 – Os Tipos de Propriedade Intelectual

Seção 6.4 – O Direito Autoral

6.4.1 – Os Tipos de Direito de Autor

Seção 6.5 – Direitos Conexos:

Seção 6.6 – Programa de Computador

Seção 6.7 – Propriedade Industrial

6.7.1 – As Patentes de Invenção ou de Modelo de Utilidade

6.7.2 – Patente de Modelo de Utilidade (MU)

UNIJUI - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

Claudir Cesar Staats
Secretário Acadêmico Adjunto

Seção 6.8 – Segredo Industrial e Repressão à Concorrência Desleal

Seção 6.9 – Informações Extraídas das Patentes

Seção 6.10 – Marcas

6.10.1 – Marca de Produto ou Serviço

6.10.2 – Marca de Certificação

6.10.3 – Marca Coletiva

6.10.4 – Marcas Quanto à Apresentação

6.10.5 – Domínio na Internet

Seção 6.11 – Desenho Industrial

Seção 6.12 – Indicação Geográfica

Seção 6.13 – Proteção Sui Generis

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

DORNELAS, José Carlos Assis. Planejamento Incubadoras de empresas: como desenvolver um plano de negócios para incubadoras. São Paulo: Campus, 2002.

JONASH, Ronald S.; SOMMERLATTE, Tom. O valor da inovação: como as empresas mais avançadas atingem alto desempenho e lucratividade. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

LEONARD-BARTON, Dorothy. Nascentes do saber: criando e sustentando as fontes de inovação. Rio de Janeiro: FVG, 1998.

NAKANO, Davi N. Uma comparação entre tipos de estratégia tecnológica de oito empresas brasileiras. Recife, v. 2, nr. 1, p.83-92, 1998.

OLIVEIRA, Carlos A. de. Inovação do produto e do processo: como projetar o produto e obter o domínio do processo para garantir a satisfação do cliente. Belo Horizonte: DG, 2000.

UTTERBACK, James. Dominando a dinâmica da inovação. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1996.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

MATTOS, João Roberto Loureiro e GUIMARÃES, Leonam dos Santos. Gestão de Tecnologia e Inovação: uma abordagem prática. São Paulo: Saraiva, 2005.

DAY, Schoemaker & Gunther. Gestão de Tecnologias Emergentes: A visão da Wharton School. São Paulo: Bookman, 2003.

DRUCKER, Peter F. Inovação e Espírito Empreendedor: entrepreneurship, prática e princípios. São Paulo: Thomson, 2001.

DAGNINO, Renato et al. Gestão estratégica da inovação: metodologias para análise e implementação. Taubaté: Cabral, 2002.

UNIJUI - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE
DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
Claudir Cesar Staats
Secretário Acadêmico Adjunto

PLANO DE ENSINO

DISCIPLINA: GESTÃO DE PRODUTOS E MARCAS

CARGA HORÁRIA: 75 horas

CRÉDITOS: 5

ANO/PERÍODO DE OFERTA: 2016 / 2º Semestre

EMENTA:

Classificação de Produtos. Atributos de Produto. Decisões sobre Marcas, embalagens e rótulos. Decisão sobre Mix de Produto. Especificidades quando o Produto é um Serviço. Gestão do sortimento. A identidade de marca. Brand equity. A estratégia de marcas próprias.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Marketing: revisão dos principais conceitos
 - 1.1 Conceitos e Abordagens
 - 1.2 Mix de Marketing
- 2 Produto
 - 2.1 O que é um produto
 - 2.2 Agregação de valor aos produtos
 - 2.3 Classificação dos produtos
 - 2.4 Especificidades quando o produto é um serviço
- 3 Gestão de Produtos
 - 3.1 Decisões de produtos individuais
 - 3.1.1 Atributos do Produto
 - 3.1.2 Marcas
 - 3.1.3 Embalagem
 - 3.1.4 Rótulos
 - 3.1.5 Serviços de apoio ao produto
 - 3.2 Decisões sobre linhas de produtos
 - 3.2.1 Extensão da linha de produtos
 - 3.2.2 Modernização da linha de produtos
 - 3.3 Decisões sobre o composto de produtos
4. Gestão de Marcas
 - 4.1 Origem e evolução das marcas
 - 4.2 Conceituação atual de marca
 - 4.3 Marca é uma comunicação poderosa
 - 4.4 O processo de adoção de marcas
 - 4.5 Marcas fortes na internet
 - 4.6 As extensões da marca
 - 4.7 Marca própria: uma extensão da marca do varejo
 - 4.8 Relacionamento com as marcas
 - 4.9 Os processos de criação de marcas
 - 4.10 Mantendo a longevidade de uma marca
- 5 Embalagem e rotulagem de produtos
 - 5.1 O que é uma embalagem
 - 5.2 Desenvolvendo a Embalagem e a Rotulagem
 - 5.3 A importância do bom design de embalagem
 - 5.4 Estratégias de embalagem e rotulagem
 - 5.5 A internet e as embalagens e os rótulos
 - 5.6 A embalagem e o posicionamento competitivo
 - 5.7 Design de tampas e dispositivos de abertura e fechamento
 - 5.8 A cor e a forma no estudo das embalagens
 - 5.9 A comunicação na embalagem e rotulagem
- 6 Desenvolvimento, inovação e planejamento de produtos
 - 6.1 O processo de desenvolvimento de produtos
 - 6.2 Introdução de novos materiais e tecnologias
 - 6.3 Inovação e novos produtos
 - 6.4 Lançando novos produtos

UNIJUI - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

Claudir Cesar Staats
Secretário Acadêmico Adjunto

6.5 Ciclo de vida do produto

6.6 Proteção legal a marcas e patentes

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

- CHURCHILL, Jr. e PETER, J. Paul. Marketing: criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2000.
KOTLER, Philip. Administração de marketing. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998.
KOTLER, Philip. Gestão de marcas em mercados B2B. Porto Alegre: Bookman, 2008.
KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Introdução ao marketing. 4. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.
KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de marketing. 7. ed. Rio de Janeiro: LTC 1999.
KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de Marketing. São Paulo: Prentice Hall, 2003.
MATTAR, Fauze N. e SANTOS, Dilson Gabriel. Gerência de Produtos: como tornar seu produto um sucesso. São Paulo: Atlas, 1999.
ROCHA, Ângela e CHRISTENSEN, Carl. Marketing: teoria e prática no Brasil. São Paulo: Atlas, 1999. 2ed.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

- AAKER, David. A. Marcas - Brand Quality - gerenciando o valor da marca. São Paulo: Negócio Editora, 1998.
AL, Ries; TROUT, Jack. As 22 consagradas leis do marketing. São Paulo: Makron Books, 1993.
BAKSTER, M. Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos. 2. ed. São Paulo: Edgard Blücher, 1998.
BOONE, Louis E.; KURTZ, David L. Marketing contemporâneo. São Paulo: Cengage Learning, 2009.
BRAND Finance. Postado em: 20 fev. 2007. Disponível em: <<http://sempreon.blogspot.com/2007/02/marca-mais-valiosa-do-mundo-coca-cola.html>>.
CHENG, L. C.; FILHO, L. D. R. M. QFD - desdobramento da função qualidade na gestão de desenvolvimento de produtos. São Paulo: Editora Blucher, 2007.
CHEVERTON, Peter. Fique por dentro das marcas. São Paulo: Clio Editora, 2007.
COBRA, Marcos. Marketing básico - uma perspectiva brasileira. 3. ed. São Paulo : Editora Atlas, 1989.
COREY, E. Industrial Marketing: Cases and Concepts. Prentice-Hall, 1991.
COUGHLAN, A. T.; ANDERSON, Erin; STERN, L. W.; EL-ANSARY, Adel. Canais de marketing e distribuição. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.
COUGHLAN, Anne T. et AL. Canais de marketing e distribuição. Porto Alegre: Ed. Bookman, 2002.
DESCHAMPS, Jean-Phillippe; NAYAK P. Ranganath. Produtos irresistíveis. São Paulo: Ed. Makron Books, 1997.
DIAS, Sérgio Roberto (Coord.). Gestão de marketing. São Paulo: Saraiva, 2003.
FARINA, Modesto; PERES, Clotilde; BASTOS, Dorinho. Psicodinâmica das cores na comunicação. 5. ed. rev. e ampl. São Paulo: Edgar Blücher, 2006.
FASCIONE, Ligia Cristina. Artigo na Revista Grandes Ideias em Marketing, Curitiba: Editora Quantum, ed. abr. 2001.

UNIJUI - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
Claudir Cesar Staats
Secretário Acadêmico Adjunto