



DEPARTAMENTO DE DIREITO SOCIAL E PROCESSUAL DO TRABALHO
CURSO: ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS
DISCIPLINA: **DIREITO DO TRABALHO E SEGURIDADE**
CODICRED: **24428-02**

I - EMENTA: Estudar o conceito de trabalho para o Direito do Trabalho. Formação da legislação do trabalho. Campo de aplicação das normas trabalhistas. Estudo do direito do Trabalho como ramo da Ciência Jurídica. Análise da relação jurídica de trabalho. Relações atípicas de trabalho. O estudo do contrato individual de trabalho. As obrigações decorrentes do contrato individual de trabalho. A regulamentação do trabalho. A Justiça do Trabalho. As relações sindicais. Conteúdo da seguridade social: previdência, assistência social e ações de saúde. Fontes e princípios da seguridade social. Custeio da seguridade social.

II - OBJETIVOS: A disciplina objetiva propiciar ao aluno o conhecimento básico sobre o surgimento, evolução histórica, conceito e fundamentos do Direito do Trabalho. Visa, ainda, estudar a relação jurídica do trabalho, os sujeitos, a formação do contrato individual de trabalho, as obrigações que do contrato decorrem e a regulamentação geral do trabalho, bem como dar conhecimentos básicos sobre o Poder Judiciário trabalhista, o sindicalismo e sobre a seguridade social.

III - CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

01. FORMAÇÃO DA LEGISLAÇÃO DO TRABALHO.
 - 1.1 Necessidade de regulação das relações de trabalho.
 - 1.2 Considerações gerais sobre a evolução da legislação do trabalho no Brasil.
02. CAMPO DE APLICAÇÃO DA LEGISLAÇÃO DO TRABALHO.
 - 2.1 Trabalho público, privado, rural, urbano e doméstico.
03. EMPREGADOR.
 - 3.1 Empregador e Empresa.
 - 3.2 Empresas e estabelecimentos.
04. EMPREGADO.
 - 4.1 Distinção entre o trabalho empregado, avulso, eventual e autônomo.
05. CONTRATO DE TRABALHO.
 - 5.1 Elementos de formação.
 - 5.2 Espécies.
 - 5.3 Formalidades a serem observadas, na admissão do empregado.
 - 5.4 Meios de prova.
06. OBRIGAÇÕES DECORRENTES DO CONTRATO DE TRABALHO.
 - 6.1 Obrigações do empregado.
07. OBRIGAÇÕES DECORRENTES DO CONTRATO DE TRABALHO.
 - 7.1 Obrigações do empregador.

PUCRS

Campus Central

Av. Ipiranga, 6681 - P. 11 - 8º andar
CEP: 90619-900
Fone: (51) 3320-3634 - Fax (51) 3320 - 3617
E-mail: direito@puhrs.br
www.puhrs.br/direito



DEPARTAMENTO DE DIREITO SOCIAL E PROCESSUAL DO TRABALHO
CURSO: ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS
DISCIPLINA: **DIREITO DO TRABALHO E SEGURIDADE**
CODICRED: **24428-02**

08. CORRESPONDÊNCIAS ENTRE AS OBRIGAÇÕES FUNDAMENTAIS DO EMPREGADO E DO EMPREGADOR.
 - 8.1 Interrupção do contrato de trabalho.
09. FUNDO DE GARANTIA DE TEMPO DE SERVIÇO.
 - 9.1 Campo de aplicação.
 - 9.2 Obrigações do empregador frente ao FGTS.
10. EXTINÇÃO DO CONTRATO DE TRABALHO SEM PRAZO.
 - 10.1 Restrições legais.
 - 10.2 Aviso prévio.
 - 10.3 Indenização por tempo de serviço.
 - 10.4 Estabilidade no emprego.
11. EXTINÇÃO DO CONTRATO DE TRABALHO A PRAZO.
 - 11.1. Princípios fundamentais.
 - 11.2. Exercício da cláusula asseguratória do direito recíproco da rescisão antecipada.
 - 11.3 Possibilidade de prorrogação e renovação de contrato de trabalho a prazo.
12. JUSTIÇA DO TRABALHO
 - 12.1 Aspectos gerais.
13. RELAÇÕES SINDICAIS
 - 13.1 O sistema sindical brasileiro.
14. A SEGURIDADE SOCIAL
 - 14.1 Conteúdo da Seguridade Social: previdência social, assistência social e ações de saúde.
 - 14.2 Fontes e princípios do Direito da Seguridade Social.
 - 14.3 Custeio da Seguridade Social e Previdência Social.

IV - BIBLIOGRAFIA:

A - BÁSICA

MARTINS, Sérgio Pinto. *Direito do Trabalho*. Editora Atlas.
MARTINS, Sérgio Pinto. *Direito da Seguridade Social*. São Paulo: Atlas.
SEKIND, Arnaldo, Délio Maranhão, Segadas Vianna e Lima Teixeira.
Instituições de Direito do Trabalho. São Paulo: LTR.

B – COMPLEMENTAR

PAIXÃO, Floriceno. *A Previdência Social em Perguntas e Respostas*. Porto Alegre: Síntese.
MARTINEZ, Wladimir Novaes. *Curso de Direito Previdenciário*. São Paulo: LTR.

PUCRS

Campus Central

Av. Ipiranga, 6681 – P. 11 – 8º andar
CEP: 90619-900
Fone: (51) 3320-3634 – Fax (51) 3320 – 3617
E-mail: direito@pucrs.br
www.pucrs.br/direito



DIREITO

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
Faculdade de Direito

DEPARTAMENTO DE DIREITO SOCIAL E PROCESSUAL DO TRABALHO
CURSO: ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS
DISCIPLINA: **DIREITO DO TRABALHO E SEGURIDADE**
CODICRED: **24428-02**

NASCIMENTO, Amauri Mascaro. *Curso de Direito do Trabalho*. São Paulo: Saraiva.
RUSSOMANO, Mozart Victor. *Curso de Direito do Trabalho*. Curitiba: Juruá.
GOMES, Orlando e GOTTSCHALK, Elson. *Curso de Direito do Trabalho*. Rio de Janeiro: Forense.

PUCRS

Campus Central

Av. Ipiranga, 6681 – P. 11 – 8º andar

CEP: 90619-900

Fone: (51) 3320-3634 – Fax (51) 3320 – 3617

E-mail: direito@pucrs.br

www.pucrs.br/direito



DEPARTAMENTO DE DIREITO PRIVADO
CURSO: CIÊNCIAS CONTÁBEIS
Linha de Formação Controladoria e Finanças
DISCIPLINA: DIREITO COMERCIAL
CODICRED: 24295-02

I – EMENTA: Noções de Direito Comercial desde a figura do comerciante (individual e sociedades) passando pelos contratos comerciais, título de crédito, falências e recuperação, Direito Marítimo e Direito Aeronáutico.

II – OBJETIVOS: Atingir a compreensão dos princípios doutrinários e legais que regem as relações de comércio, a Constituição, a vida e a extinção das sociedades comerciais, bem como, as peculiaridades do Direito Aeronáutico e Direito Marítimo.

III – CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

01. A EVOLUÇÃO DO DIREITO COMERCIAL

1.1. A história e a economia. 1.2. As primeiras normas econômico - jurídicas.
1.3. O Direito Romano. 1.4. O Direito Comparativo. 1.5. O Mercantilismo.
1.6. O Capitalismo.

02. A POSIÇÃO DO DIREITO COMERCIAL

2.1. Atos do comércio. 2.2. Fontes. 2.3. Elementos. 2.4. Comerciante. 2.5. Conceito.
2.6. Natureza e características. 2.7. Requisitos para o exercício dos atos do comércio (capacidade).

03. TEORIAS RELATIVAS À CONCEITUALIZAÇÃO DO DIREITO COMERCIAL

3.1. A teoria objetiva. 3.2. A teoria subjetiva.

04. O DIREITO COMERCIAL COMO DIREITO DAS EMPRESAS.

4.1. A empresa e o empresário. 4.2. A empresa e o fundo de comércio. 4.3. Estabelecimento e nome comum. 4.4. Livros e registro de comércio.

05. CONTRATOS MERCANTIS.

5.1. Visão dos contratos. 5.2. Prova dos contratos. 5.3. Capacidade para contratar.
5.4. Requisitos. 5.5. Extinção das obrigações.

06. SOCIEDADES EMPRESARIAIS.

6.1. Introdução e características gerais. 6.2. Classificação da Sociedade no Novo Código Civil.
6.3. Sociedade em Nome Coletivo. 6.4. Sociedade de Capital e Indústria. 6.5. Sociedade Comandita. 6.6. Sociedade por Conta de Participação. 6.7. Sociedade por Cotas.

07. DO MANDATO.

08. DA COMISSÃO

09. DA LOCAÇÃO

PUCRS

Campus Central

Av. Ipiranga, 6681 – P. 11 – 8º andar

CEP: 90619-900

Fone: (51) 3320-3634 – Fax (51) 3320 – 3617

E-mail: direito@pucrs.br

www.pucrs.br/direito



DEPARTAMENTO DE DIREITO PRIVADO
CURSO: **CIÊNCIAS CONTÁBEIS**
Linha de Formação Controladoria e Finanças
DISCIPLINA: **DIREITO COMERCIAL**
CODICRED: 24295-02

10. FIANÇA, PENHOR, DEPÓSITO.
11. DAS SOCIEDADES MERCANTIS.
 - 11.1. Conceito. 11.2. Divisão. 11.3. Personalidade. 11.4. Dissolução e liquidação.
12. SOCIEDADES ANÔNIMAS.
13. CHEQUE.
14. LETRA DE CÂMBIO.
15. NOTA PROMISSÓRIA.
16. DUPLICATA.
17. FALÊNCIA E RECUPERAÇÃO DE EMPRESAS
 - 17.1. Introdução a Lei 11.101/2005 e definição. 17.2. Objetivo da nova Lei. 17.3. Recuperação judicial.
18. DIREITO MARÍTIMO.
 - 18.1. Noções e principais conceitos.
19. DIREITO AERONÁUTICO.
 - 19.1. Noções e principais conceitos.

IV – BIBLIOGRAFIA:

Código Comercial.
COELHO, Fábio Ulhoa. Curso de Direito Comercial. São Paulo: Saraiva, 1998.
MARTINS, Fran. Curso de Direito Comercial. Rio de Janeiro: Forense, 1997.
PACHECO, José da Silva. Processo de Falência e Concordata. Rio de Janeiro: Forense, 1999.
PLACIDO E SILVA. Noções Práticas do Direito Comercial.
REQUIÃO, Rubens. Curso de Direito Comercial. São Paulo: Saraiva, 2003.

PUCRS

Campus Central

Av. Ipiranga, 6681 – P. 11 – 8º andar

CEP: 90619-900

Fone: (51) 3320-3634 – Fax (51) 3320 – 3617

E-mail: direito@pucrs.br

www.pucrs.br/direito

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO COORDENADORIA DE DESENVOLVIMENTO ACADÊMICO PLANO DE DISCIPLINA	
1 DADOS DE IDENTIFICAÇÃO	
FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS	
DEPARTAMENTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS	
DISCIPLINA: 15090-04 FILOSOFIA E ÉTICA GERAL	
CRÉDITOS: 04	
CARGA HORÁRIA: 60h	
ANO/SEMESTRE: 2011/2	
2 EMENTA	
Problemas e conceitos filosóficos relacionados à moralidade e ao exercício da cidadania. Introdução aos principais temas e problemas de ética presentes na história da Filosofia. Reflexão filosófica sobre o ideal democrático, a cidadania e os direitos humanos.	
3 OBJETIVOS	
Compreender a dimensão ética do agir humano, partindo da reflexão crítica e de fundamentos filosóficos. Refletir sobre as implicações éticas na ciência, na sociedade, no meio ambiente e na preservação da vida humana.	
4 CONTEÚDO	
1. ÉTICA E FILOSOFIA 1.1. O homem, um ser de cultura 1.2. O desenvolvimento da ciência humana 1.3. Ética e Técnica 2. FUNDAMENTAÇÃO DA ÉTICA 2.1. O homem como fundamento da ética 2.2. Diferença entre Ética e Moral 2.3. A responsabilidade moral 3. TEMAS DE ÉTICA ESPECIAL 3.1. Ética e comunicação 3.2. Ética e Economia 3.3. Ética e política 3.4. Ética e qualidade de vida 3.5. Ética e meio ambiente 4. Questões de ética aplicada	
5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	
As atividades de aula constarão de exposição e problematização de temas por parte do professor e alunos, leitura e interpretação de textos previamente escolhidos, produção de textos em pequenos grupos sobre temas tratados nos respectivos interpretados.	
6 RECURSOS	
1. Textos 2. Vídeos e Data show	
7 PROCEDIMENTOS E CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO	
A avaliação terá por base os objetivos propostos e será efetuada através de duas provas e por um texto produzidos pelos grupos e apresentado em forma de seminário.	
8 BIBLIOGRAFIA	
8.1 BIBLIOGRAFIA BÁSICA	
NAGEL, Thomas. <i>Uma breve introdução à filosofia</i> . São Paulo: Martins Fontes, 2001.	
RACHELS, J. <i>Os Elementos de Filosofia Moral</i> . Barueri: Manole, 2006.	
SINGER, P. <i>Ética Prática</i> . São Paulo: Martins Fontes, 2002.	
8.2 BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	
ARISTÓTELES. <i>Ética a Nicômaco</i> . São Paulo: EDIPRO, 2002.	
MAGEE, Bryan. <i>História da filosofia</i> . São Paulo: Loyola, 1999.	
PLATÃO. <i>A República</i> . Lisboa: FCG, 1993.	
RABUSKE, E. A. <i>Antropologia filosófica</i> . Petrópolis: Vozes, 2003.	
VÁZQUEZ, Adolfo Sánchez. <i>Ética</i> . Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.	

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
COORDENADORIA DE DESENVOLVIMENTO ACADÊMICO
PLANO DE DISCIPLINA

1 DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

1.1 FACULDADE DE TEOLOGIA

1.2 DEPARTAMENTO DE CULTURA RELIGIOSA

1.3 DISCIPLINA: HUMANISMO E CULTURA RELIGIOSA

1.4 CODICRED: 11521 1.5 CRÉDITOS: 04 1.6 CARGA HORÁRIA: 60h 1.7 ANO/SEMESTRE: 2010/2

2 EMENTA

A condição humana aberta ao transcendente; Fé cristã e cultura atual; O estudo do fenômeno religioso em suas diferentes tradições; A relação entre fé e razão, e ciência e religião; Motivação para ações comunitárias, como engajamento conseqüente de uma consciência social e da fé cristã.

3 OBJETIVO

3.1 OBJETIVO GERAL

Compreender o fenômeno religioso em seus fundamentos culturais e antropológicos.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Promover o diálogo fé e razão, religião e ciência.
2. Situar criticamente o ser humano contemporâneo, seus contextos, esperanças e temores.
3. Oportunizar o conhecimento de Tradições Religiosas relevantes e do Cristianismo em particular.
4. Contribuir para o Ecumenismo e o diálogo entre as diferentes Tradições religiosas.

4 CONTEÚDO

Introdução

- a) Conceito da disciplina
- b) Ciências da Religião

1. A condição humana atual

- 1.1 A pergunta pelo ser humano (Quem é o ser humano?)
- 1.2 As interrogações humanas e o sentido da vida
- 1.3 O humano em questão: pós-modernidade; tecnociência; pós-humano
- 1.4 O ser humano e transcendência
- 1.5 O retorno do Sagrado e alteridade
- 1.6 Novas correntes de espiritualidade
- 1.7 Espiritualidade e qualidade de vida – Teoria da Complexidade; Transdisciplinaridade
- 1.8 Criação e Evolução
- 1.9 Relação fé e razão, ciência e religião e suas implicações no mundo atual.

2. O fenômeno religioso

- 2.1 Introdução aos conceitos religiosos: Ciências da Religião, Sagrado, religiosidade, Mística, Religião, Fé, Crença,
- 2.2 Universalidade do fenômeno religioso?
- 2.3 linguagens religiosas: símbolos, ritos, mitos.
- 2.4 Elementos constitutivos da religião.

3. Tradições Religiosas

- 3.1 Estruturas comuns e as especificidades
- 3.2 Livros e conceitos essenciais
 - 3.2.1 - Origem e conteúdo dos livros bíblicos
- 3.3 Religiões Relevantes
 - 3.3.1 Hinduísmo
 - 3.3.2 Budismo
 - 3.3.3 Judaísmo
 - 3.3.4 Islamismo
 - 3.3.5 Islamismo
 - 3.3.6 Religiões afro-brasileiras e Indígenas
 - 3.3.7 Espiritismo Kardecista
 - 3.3.8 Outras Religiões e Filosofias de Vida
- 3.4 Cristianismo
 - 3.4.1 Contexto do surgimento do Cristianismo
 - 3.4.2 Jesus de Nazaré e seu contexto – mundo do período inter-testamentário

- 3.4.3 Autenticidade histórica de Jesus;
- 3.4.4 Autenticidade histórica dos Evangelhos
- 3.4.5 Igreja Primitiva
- 3.4.6 Ramificações do Cristianismo
 - 3.4.6.1 Catolicismo Ortodoxo
 - 3.4.6.2 Catolicismo Romano e a universalidade da Salvação, em Cristo
 - 3.4.6.3 Protestantismo e Bíblia
- 3.4.7 Pentecostalismo e religiosidade popular
- 3.4.8 Ecumenismo e Diálogo Interreligioso

4. Igreja Católica

- 4.1 Estrutura e Organização da Igreja Católica
- 4.2 Rituais
- 4.3 Questões de Ética
 - 4.3.1 Princípio da caridade e solidariedade
 - 4.3.2 A dignidade e sentido da vida
 - 4.3.2.1 O valor do corpo humano (O ser humano como uma unitotalidade)
 - 4.3.2.2 O problema do mal e do sofrimento
 - 4.3.2.3 As perdas e a morte, luto e esperança
 - 4.3.2.4 Ética do Cuidado – Ecologia – Aborto – Eutanásia – Bioética - Engenharia genética, Nanotecnologia
 - 4.3.3 Ética Social

5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

- Aulas expositivas dialogadas; Estudo crítico-reflexivo de textos selecionados, em pequenos grupos de estudo e de discussão no grande grupo; Debates; Trabalhos individuais e/ou em grupo; Questionários; Pesquisas; Estudo dirigido; Seminários; Análise e debate de Filmes; Entrevistas; Visitas guiadas; Elaboração de Textos individuais e/ou coletivos; Sínteses.

6 RECURSOS

- Quadro; Slides; Filmes; Lâminas; Clipes; Multimídia; Moodle; Retroprojektor.

7 PROCEDIMENTOS E CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

- Provas parciais e final; Trabalhos apresentados oralmente e/ou por escrito; Participação nos debates; Trabalho escrito sobre um livro.

8 BIBLIOGRAFIA

8.1 BIBLIOGRAFIA BÁSICA

GAARDER, Jostein. *O Livro das Religiões*. Gaarder, Jostein; Hellern, Victor; Notaker, Henry. Tradução: Isa Mara Lando; Revisão Técnica e Apêndice: Flávio Antônio Pierucci. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

KONINGS, Johan; ZILLES, Urbano. *Religião e cristianismo*. 7. ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1997.

SCHERER, Burkhard (Org.). *As Grandes Religiões: temas centrais comparados*. Trad.: Carlos Almeida Pereira; Apresentação e Adaptação da edição brasileira: Volney J. Berkenbrock. Petrópolis: Vozes, 2005.

8.2 BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CROATTO, José Severino. *As linguagens da experiência religiosa: uma introdução à fenomenologia da religião*. São Paulo: Paulinas, 2001 (Trad. Carlos Maria Vásquez Gutiérrez).

GHELLER, Erinida. (Org.) *Cultura religiosa: O Sentimento Religioso e Sua Expressão*. 6. ed. rev. ampl. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002. V. 1.

HÜTTNER, Édison. *A Igreja Católica e os povos indígenas do Brasil: os Ticuna da Amazônia*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2007.

KONINGS, Johan. *Ser Cristão: Fé e Prática*. 2. ed. revista. Petrópolis: Vozes, 2003.

TERRIN, Aldo Natale. *Introdução ao estudo comparado das religiões*. São Paulo: Paulinas, 2003 (Trad. Giuseppe Bertazo).

ZILLES, Urbano. *Religiões: crenças e credences*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1997.



Disciplina **2510V-04 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA**

Créditos : **4** Carga Horária: **60** Vigência: **a partir de 2012/2**

Curso : Adm. - Linha de Formação em Administração de Empresas; Adm. - Linha de Formação em Gestão de Tecnologia da Informação; Adm. - Linha de Formação em Comércio Internacional; Adm. - Linha de Formação em Marketing e Adm. - Linha de Formação em Empreendedorismo e Sucessão.

1 EMENTA

Conceito de Economia, natureza do conhecimento econômico e sua evolução. Estruturas e funcionamento do mercado. Lei da oferta e da demanda, equilíbrio de mercado. Estabilidade de preços: a teoria monetarista da inflação; a teoria Keynesiana da inflação; a teoria estruturalista da inflação, as teorias da produção, do custo e as estruturas de mercado. Fluxo circular da atividade econômica. As medidas da atividade econômica. Endividamento externo. Distribuição de renda. Crescimento econômico e desenvolvimento econômico.

2 OBJETIVO

3 PROGRAMA

3.1. Capacitação na metodologia de ensino e aprendizagem das DD.

3.2. Conceitos Iniciais.

3.3. Evolução dos Sistemas e das Idéias na Economia.

3.4. Conceitos de Valor Adicionado e Conceito da Moeda.

3.5. Análise de Cenários Macroeconômicos.

3.6. Sistema Financeiro e Mercado de Capitais.

3.7. Setor Público.

3.8. Economia Brasileira.

3.9. Economia Internacional.

3.10. Desenvolvimento Regional.



3.11. Economia de Empresas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- MANKIW, N. G. Introdução à Economia. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
PINHO, D.B. & VASCONCELLOS, M.A.S.(Org.). Manual de Economia. Equipe de professores da USP. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2004.
VASCONCELLOS, M. & GARCIA, M. Fundamentos de Economia. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

Bibliografia Complementar:

- CANO, Wilson. Introdução à economia: uma abordagem crítica. São Paulo: UNESP, 1998.
GREMAUD, A.P.; VASCONCELLOS, M.A.S.; TONETO JR, R. Economia Brasileira Contemporânea. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
SAMUELSON, P.A. Introdução à análise econômica. 8. ed. Rio de Janeiro: Agir, 1977.
TROSTER, R. & MOCHÓN, F. Introdução à economia. São Paulo: Makron Books, 2004.
VASCONCELLOS, M.A.S. Economia: micro e macro. 3. ed. São Paulo: 2002.



Disciplina **2531K-04 INTRODUÇÃO À CONTABILIDADE**

Créditos : **4** Carga Horária: **60** Vigência: **a partir de 2006/1**

Curso : Administração de Empresas; Adm. - Linha de Formação em Gestão de Tecnologia da Informação; Adm. - Linha de Formação em Marketing; Adm. - Linha de Formação em Comércio Internacional; Adm. - Linha de Formação em Empreendedorismo e Sucessão.

1 EMENTA

Demonstração dos principais conceitos, definições e objetivos da escrituração contábil, como meio de avaliação e controle da gestão organizacional.

2 OBJETIVO

Possibilitar ao discente visualizar a formação do patrimônio das entidades, as origens e aplicações dos recursos e a estrutura legal das principais peças contábeis, objetivando a obtenção de informações úteis para a "tomada de decisões".

3 PROGRAMA

3.1. CONTABILIDADE

3.1.1 - Objeto e campo de aplicação

3.1.2 - Interessados nas informações contábeis

3.1.3 - Conceito de Contabilidade

3.1.4 - Patrimônio

3.1.4 . Formação do Patrimônio

. Bens

. Direitos

. Obrigações

. Patrimônio Líquido

3.1.4 . Conceito Contábil

3.1.4 . O Balanço Patrimonial

3.1.4 . Equação Fundamental do Patrimônio

3.1.5 - O Capital

3.1.5 . Capital Nominal

3.1.5 . Capital Próprio

3.1.5 . Capital de Terceiros



- 3.1.5 . Capital Total
- 3.1.5 . Origens e Aplicações de Recursos

- 3.1.6 - Demonstrações Financeiras
- 3.1.6 . Exercício Social
- 3.1.6 . Balanço Patrimonial
 - . Estrutura Legal conforme a Lei 6404/76
 - . Grupo de Contas
- 3.1.6 . Demonstração do Resultado do Exercício
 - . Estrutura Legal conforme a Lei 6404/76
 - . Grupo de Contas

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Básica:

IUDÍCIBUS, Sérgio de. Contabilidade Introdutória. São Paulo: Ed. Atlas.

MARION, José Carlos. Contabilidade Empresarial. São Paulo: Ed. Atlas.

Complementar:

MATARAZZO, Dante C. Análise Financeira de Balanços. São Paulo: Ed. Atlas.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. Análise de Balanços. São Paulo: Ed. Atlas.

IUDÍCIBUS, Sérgio de, et alii. Manual de Contabilidade das Sociedades por Ações. São Paulo: Ed. Atlas.

MEDEIROS, Luiz Edgar. Análise de Balanços - Uma Abordagem Prática. Porto Alegre: Ortiz.



Disciplina **2531L-04 CONTABILIDADE GERENCIAL**

Créditos : **4** Carga Horária: **60** Vigência: **a partir de 2006/2**

Curso : Adm. Linha de Formação em Administração; Adm. - Linha de Formação em Gestão de Tecnologia da Informação; Adm. - Linha de Formação em Marketing; Adm. - Linha de Formação em Comércio Internacional; Adm. - Linha de Formação em Empreendedorismo e Sucessão.

1 EMENTA

Os custos e as Despesas. Os indicadores financeiros e econômicos, obtidos através da análise das demonstrações contábeis, que apóiam o administrador na gestão financeira e na tomada de decisão. A formação do preço de venda a partir das informações contábeis.

2 OBJETIVO

Propiciar conhecimentos técnicos básicos sobre as informações contábeis visando sua utilização na tomada de decisão. Ao término do semestre letivo os alunos devem possuir os conhecimentos técnicos suficientes para analisar e interpretar as informações contábeis e conseqüentemente aplicá-las na gestão financeira.

3 PROGRAMA

3.1. NOÇÕES SOBRE CONTABILIDADE:

- 3.1.1. Conceito e finalidade;
- 3.1.2. Objetivo e campo de aplicação;
- 3.1.3. Técnicas Contábeis;
- 3.1.4. Interessados nas informações contábeis;
- 3.1.5. Contabilidade Gerencial.

3.2. CUSTOS E DESPESAS:

- 3.2.1. Conceituação de Custos e Despesas;
- 3.2.2. Classificação dos Custos;
- 3.2.3. Sistemas de Custeio.

3.3. ANÁLISE DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS:

- 3.3.1. Demonstrações Contábeis;
- 3.3.2. Processo de análise;
- 3.3.3. Métodos de Análise;
- 3.3.4. Análise Financeira e Econômica;
- 3.3.5. Indicadores Financeiros;
- 3.3.6. De liquidez;
- 3.3.7. Operacionais (atividade/giro dos capitais);



- 3.3.8. Indicadores Econômicos;
- 3.3.9. Estrutura dos Capitais;
- 3.3.10 Rentabilidade.

3.4. FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Básica:

MARION, José Carlos. Análise das Demonstrações Contábeis - Contabilidade Empresarial, 3ª Ed. São Paulo: Atlas, 2005. 308p.

MATARAZZO, Dante C. Análise Financeira de Balanços: Abordagem Básica e Gerencial. 6ª Ed. São Paulo: Atlas, 2003. 464 p.

MARTINS, Eliseu. Contabilidade de Custos. 9ª Ed. São Paulo: Atlas, 2003. 376 p.

PADOVEZE, Clovis Luiz. Contabilidade Gerencial. 4ª Ed. São Paulo, Atlas, 2004. 624 p.

Complementar:

FRANCO, Hilário. Estrutura, Análise e Interpretação de Balanços. 15ª Ed. São Paulo: Atlas, 1992. 344 p.

IUDÍCIBUS, Sérgio, MARION, José Carlos. Curso de Contabilidade para não Contadores. 3ª Ed. São Paulo: Atlas, 2000. 288 p.

IUDÍCIBUS, Sérgio, MARTINS, Eliseu, GELBECKE, Ernesto. Manual de Contabilidade das Sociedades por ações. 6ª Ed. São Paulo: Atlas, 2003. 578 p.

MARION, José Carlos. Contabilidade Empresarial. 11ª Ed. São Paulo: Atlas, 2005. 504 p.

MEDEIROS, Luiz Edgar. Análise Financeira de Balanços - Uma Abordagem Prática. Porto Alegre: Ortiz, 1990. 167 p.



Disciplina **2542U-04** **COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL**

Créditos : **4** Carga Horária: **60** Vigência: **a partir de 2009/1**

Curso : Administração de Empresas; Adm. - Linha de Formação em Gestão da Tecnologia da Informação; Adm. - Linha de Formação em Marketing; Adm. - Linha de Formação em Comércio Internacional; Adm. - Linha de Formação em Empreendedorismo e Sucessão.

1 EMENTA

A disciplina aborda os elementos fundamentais capazes de explicar o comportamento dos indivíduos, dos grupos e das organizações sociais no contexto da administração. Ela busca, através da apresentação de pesquisas, exemplos e conceitos, proporcionar orientações práticas de como liderar pessoas, melhorar o funcionamento das equipes e aumentar o desempenho organizacional.

2 OBJETIVO

Ao finalizar a disciplina, o aluno deverá ser capaz de compreender os diferentes fatores relacionados ao comportamento dos indivíduos, dos grupos e das organizações sociais no contexto da administração. O aluno também deverá desenvolver habilidades e adotar as atitudes necessárias para liderar pessoas, trabalhar em equipes e melhorar o desempenho organizacional.

3 PROGRAMA

3.1. Introdução ao comportamento organizacional:

O campo do estudo do comportamento organizacional. Objetivos do estudo do comportamento organizacional. Desafios e oportunidades no campo do comportamento organizacional

3.2. Fundamentos do comportamento individual:

Valores, atitudes, percepção, aprendizagem, personalidade e emoções.

3.3. Motivação:

O que é motivação? Teorias antigas e contemporâneas sobre motivação. Limites culturais. Aplicações das teorias da motivação (administração por objetivos, modificação do comportamento, reconhecimento e remuneração, etc.)

3.4. Tomada de decisões individual:

Como as decisões devem ser tomadas. Como elas de fato são tomadas (racionalidade limitada). A ética no processo decisório.



3.5. Fundamento dos grupos e trabalho em equipe:

Definição e classificação dos grupos. Conceitos básicos sobre os grupos. A importação da adoção do trabalho em equipe. Diferenças entre grupos e equipes. Tipos de equipes, criação de equipes eficazes. Formação de membros de equipe.

3.6. Comunicação:

As funções e o processo de comunicação. A comunicação interpessoal e organizacional. Barreiras a comunicação eficaz. Comunicação multicultural e ética na comunicação.

3.7. Liderança:

O que é liderança? As teorias dos traços. Teorias comportamentais. Teorias contingenciais. Liderança carismática, visionária e o líder de equipes. Confinança e liderança.

3.8. Poder e Política:

Definição de poder. Comparando poder e liderança. As bases do poder. Dependência, coalizões, etc. Poder e assédio sexual. Política: o poder em ação.

3.9. Conflito e Negociação:

Definição de conflito. Conflito funcional versus conflito disfuncional. O processo do conflito. Negociação e administração de conflitos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

ROBBINS, Stephen P. Fundamentos do Comportamento Organizacional. 7ª Edição. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

ROBBINS, Stephen P. Comportamento Organizacional. 11ª Edição. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

Bibliografia Complementar:

BOWDITCH, J. e BUONO, A. Elementos de comportamento organizacional. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

CHIAVENATO, I. Comportamento organizacional: a dinâmica do sucesso das organizações. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

COHEN, A. e FINK, S. Comportamento organizacional: conceitos e estudos de caso. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

DUBRIN, A. Fundamentos do comportamento organizacional. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

JOHNSON, D. e JOHNSON, F. Joining together: group theory and group skills. Boston: Allyn and Bacon, 1997.

SCHERMERHORN, J.; HUNT, J. e OSBORN, R. Fundamentos de comportamento organizacional. Porto Alegre: Bookman, 1999.

WAGNER III, J. e HOLLENBECK, J. Comportamento organizacional. São Paulo: Saraiva, 1999.



Disciplina **2543S-02 ÉTICA EMPRESARIAL**

Créditos : **2** Carga Horária: **30** Vigência: **a partir de 2009/1**

Curso : Adm. L.F. em Gestão de TI.

1 EMENTA

Estabelece a relação entre ética, moral, deontologia e sua aplicação no campo profissional. Estuda as dimensões éticas do homem e do profissional da administração bem como o Código de Ética Profissional.

2 OBJETIVO

Enquadrar o estudo da ética no campo de abrangência da filosofia e da administração, conscientizar o aluno das dimensões éticas do homem contemporâneo, enquanto cidadão, membro de um grupo social e principalmente enquanto profissional da administração, familiarizando-o com a legislação e regulamentação do exercício da profissão de administrador bem como o Código de Ética Profissional.

3 PROGRAMA

- 3.1. Filosofia e conceitos de ética;
 - 3.1.1. Perspectivas filosóficas das doutrinas éticas;
 - 3.1.2. Conceituações básicas (interdisciplinariedade);
 - 3.1.3. Ética: princípios e valores éticos.
- 3.2. Ética nas empresas e nos negócios.
- 3.3. Ética e Responsabilidade Social.
- 3.4. Código de Ética nas empresas.
- 3.5. Código de Ética Profissional do Administrador.
- 3.6. Situações de ética no trabalho: dilemas éticos.
- 3.7. Entidades de classe: Conselho Federal e Regional de Administração, Sindicato;
 - 3.7.1. Legislação profissional e complementar.
- 3.8. Programas de Ética.
- 3.9. Ética na Era da Informação e Comunicação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS



Bibliografia Básica:

ARRUDA, Cecília Coutinho; WHITAKER, Maria do Campo; RAMOS, José Maria Rodriguez. Fundamentos da Ética Empresarial e Econômica. São Paulo: Atlas, 2001.
ASHLEY, Patrícia Almeida. Ética e Responsabilidade Social nos Negócios. São Paulo: Saraiva, 2006.
FERREL, O. C. ; FRAEDRICH, John; FERREL, Linda . Ética Empresarial: dilemas, tomadas de decisões e casos. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso, 2001.

Bibliografia Complementar:

MATOS, Francisco G. Ética na gestão empresarial. São Paulo: Saraiva, 2008.
NASH, Laura L. Ética nas Empresas. Guia Prático para soluções de Problemas éticos nas empresas. São Paulo: Makron Books, 2001.
SROUR, Henry. Ética empresarial: a gestão da reputação. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
VALLS, Álvaro L. M. O que é ética. São Paulo: Brasiliense, 1995.
PASSOS, Elizete. Ética nas Organizações. São Paulo: Atlas, 2008.



Disciplina **2544X-04 ADMINISTRAÇÃO DE PESSOAS**

Créditos : **4** Carga Horária: **60** Vigência: **a partir de 2009/1**

Curso : Administração de Empresas; Adm. - Linha de Formação em Gestão da Tecnologia da Informação; Adm. - Linha de Formação em Marketing; Adm. - Linha de Formação em Comércio Internacional; Adm. - Linha de Formação em Empreendedorismo e Sucessão.

1 EMENTA

A disciplina aborda os principais conceitos, teorias e pesquisas relacionadas à administração de pessoas, analisando as práticas adotadas por organizações bem-sucedidas no gerenciamento de sua força de trabalho. Ela também enfoca as políticas e procedimentos adotados nos diferentes subsistemas de recursos humanos, assim como procura discutir os impactos das últimas tendências nesta área da administração.

2 OBJETIVO

Ao finalizar a disciplina, o aluno deverá ser capaz de compreender a dinâmica do processo da área de recursos humanos bem como aplicar os princípios teóricos do conteúdo programático da disciplina.

3 PROGRAMA

3.1. Gestão de pessoas - uma visão sistêmica:

3.1.1. Evolução histórica e Objetivos da Gestão de Pessoas;

3.1.2. Posicionamento estratégico - um novo papel;

3.1.3. Os subsistemas e suas inter-relações.

3.2. Gestão do recrutamento e seleção:

3.2.1. Conceitos e aplicações;

3.2.2. Análise dos perfis dos cargos;

3.2.3. Análise do mercado de trabalho;

3.2.4. Fontes de recrutamento;

3.2.5. O processo seletivo;

3.2.6. Reflexos na rotatividade de pessoal e absenteísmo.

3.3. Gestão do treinamento, desenvolvimento e educação corporativa:

3.3.1. Conceitos e objetivos;

3.3.2. O processo de capacitação nos diferentes níveis organizacionais;

3.3.3. Educação à distância;

3.3.4. Gestão do conhecimento;

3.3.5. Desenvolvendo competências.



3.4. Gestão da remuneração:

- 3.4.1. Gestão da remuneração - elementos e características;
- 3.4.2. Desenho de cargos (descrição, análise, avaliação e classificação);
- 3.4.3. Estabelecendo as políticas de remuneração e pesquisas salariais;
- 3.4.4. Gestão de salários;
- 3.4.5. Benefícios Sociais e Programas de Incentivo;
- 3.4.6. Gestão de Carreiras.

3.5. Avaliação de desempenho:

- 3.5.1. Conceitos e objetivos;
- 3.5.2. Procedimentos de avaliação;
- 3.5.3. Análise de conduta e potencial;
- 3.5.4. Relacionamento entre desempenho e contribuição individual.

3.6. Higiene, segurança e qualidade de vida no trabalho:

- 3.6.1. Segurança e saúde ocupacional;
- 3.6.2. Prevenção de acidentes;
- 3.6.3. Programas de Qualidade de Vida no Trabalho.

3.7. Relações de trabalho:

- 3.7.1. Indicadores para gestão de pessoas;
- 3.7.2. Gestão dos desligamentos e planos de demissões voluntárias;
- 3.7.3. Sindicalismo e negociação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- BOHLANDER, George; SNELL, Scott A.; SHERMAN, Arthur. Administração de Recursos Humanos. São Paulo, Pioneira Thomson Learning, 2003.
- CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de Pessoas. Rio de Janeiro, Campus, 2.ed., 2005.
- MARRAS, Jean Pierre. Administração de Recursos Humanos. São Paulo, Futura, 2000.
- SHERMAN, Arthur. Administração de Recursos Humanos. São Paulo, Pioneira Thomson Learning, 2003.

Bibliografia Complementar:

- BOOG, Gustavo. Manual de Treinamento e Desenvolvimento. Rio de Janeiro, Makron, 3 ed.
- HANASHIRO, Darcy Mitiko Mori ; TEIXEIRA , Maria Luisa Mendes; ZACARELLI, Laura Menegon (org.). Gestão do fator humano: uma visão baseada em stakeholders. 2.ed. São Paulo, Saraiva, 2008.
- LACOMBE, Francisco. Recursos Humanos: princípios e tendências. São Paulo, Saraiva, 2005.
- OLIVEIRA, Aristeu. Manual de prática trabalhista. São Paulo, Atlas, 2005.
- WOOD JR, Thomas; PICARELLI FILHO. Remuneração e carreira por habilidades e por competências. São Paulo, Atlas, 2004.



Disciplina **2546L-04 ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO**

Créditos : **4** Carga Horária: **60** Vigência: **a partir de 2009/2**

Curso : Adm. - L.F. em Comércio Internacional.

1 EMENTA

A disciplina de Estratégias de Internacionalização trata de questões acerca do processo de internacionalização das empresas, cenários e diferentes estratégias que permitam a melhor gestão do ambiente interno a empresa frente aos desafios do ambiente externo.

2 OBJETIVO

Ao finalizar a disciplina, o aluno deverá ser capaz de elaborar um plano estratégico para a internacionalização dos negócios da empresa.

3 PROGRAMA

1. Administração estratégica e competitividade;
 - 1.1. Cenário competitivo internacional;
 - 1.2. A economia globalizada;
 - 1.3. O processo da administração estratégica;

2. Formulação estratégica;
 - 2.1. Estratégias corporativas;
 - 2.2. Estratégias de negócios;
 - 2.3. Estratégia internacional;
 - 2.4. Matriz de transferência de ativos.

3. Alianças estratégicas.

4. Estruturas e controles.

5. Plano de Internacionalização da Empresa;
 - 5.1. Análise ambiental;
 - 5.2. Análise da cadeia de valor;
 - 5.3. Dimensionamento da concorrência;
 - 5.4. Definição do modo;
 - 5.5. Estratégias;
 - 5.6. Adequação tecnológica dos produtos/ serviços;
 - 5.7. Definição da logística;
 - 5.8. Análise dos custos;
 - 5.9. Posicionamento Estratégico;



5.10. Análise econômico-financeira.

6. Estudos de casos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

DERESKY, Helen. Administração global estratégica e interpessoal. Porto Alegre: Bookman, 2004.
HITT, Michael A.; IRELAND, R. Duane e HOSKISSON, Robert E. Administração estratégica. São Paulo: Puioneira Thomson Learning, 2002.

Bibliografia Complementar:

BESANKO, D.; CRANOVE, D.; SHANLEY, M. e SCHAEFER, S. A economia da estratégia. Porto Alegre: Bookman, 2006.
COUTINHO, André R. e KALLÁS, David. Gestão da Estratégis: experiências e lições de empresas brasileiras. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
GREENWAL, Bruce e KAHN, Judd. A estratégia competitiva desmistificada. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
GHOSHAL, Sumantra e TANURE, Betania. Estratégia e gestão empresarial: construindo empresas brasileiras de sucesso. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
MONTEIRO, Marly C. e LAURINDO, Fernando J. B. Estratégias para competitividade. São Paulo: Futura, 2003.
PENG, Mike W. Estratégia Global. São Paulo: Thomson Learning, 2008.
PIRES, P. José. Administração Estratégica: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2007.



Disciplina **2548M-04** **TEORIA GERAL DA ADMINISTRAÇÃO**

Créditos : **4** Carga Horária: **60** Vigência: **a partir de 2009/1**

Curso : Administração de Empresas; Adm. - Linha de Formação em Gestão de Tecnologia da Informação; Adm. - Linha de Formação em Marketing; Adm. - Linha de Formação em Comércio Internacional; Adm. - Linha de Formação em Empreendedorismo e Sucessão.

1 EMENTA

A evolução histórica da Administração através do estudo das suas principais teorias até o presente. As origens, os princípios e os representantes de cada uma das teorias, destacando as suas relações com as práticas administrativas atuais. O processo administrativo e suas relações com as funções administrativas. A administração nos dias de hoje e suas principais tendências.

2 OBJETIVO

Ao finalizar a disciplina o aluno deve ser capaz de analisar e comparar, com visão crítica, a evolução do pensamento administrativo e sua relação com o momento atual, bem como, ter a capacidade de perceber a dinâmica administrativa e organizacional das principais áreas da administração.

3 PROGRAMA

3.1- Questões Introdutórias: Conceito, objetivo, objeto e método.

3.2- Administração nas Civilizações Antigas: Suméria, Egito, Babilônia, Hebreus, Grécia, China e Roma.

3.3- Administração na Idade Média: O feudalismo, os mercadores de Veneza.

3.4- Administração na Passagem da Idade Média para o Século XX: A revolução industrial(visão técnica e visão ideológica). A revolução francesa, a formação dos estados modernos e a renascença: impactos sobre a administração.

3.5- Administração na Idade Moderna(Século XX):

3.5.1- Abordagem clássica.

3.5.2- Abordagem das relações humanas.

3.5.3- A burocracia Weberiana.

3.5.4- Abordagem estruturalista.

3.5.5- Abordagem comportamental.

3.5.6- Abordagem neoclássica.



3.5.7- Abordagem sistêmica.

3.5.8- Abordagem contingencial.

3.6- Administração na Pós-Modernidade: A segmentação do mercado consumidor e a flexibilização do mercado produtor; os grandes modelos atuais: o americano e o japonês.

3.7- Administração Brasileira: A busca de um modo próprio de administrar as organizações brasileiras.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

CHIAVENATO, Idalberto. Introdução à Teoria Geral da Administração - Edição Compacta. S. Paulo: Campus, 2005.

LODI, João Bosco. História da Administração. S. Paulo: Pioneira, 2003.

MUNIZ, Adir e FARIA, Hermínio. Teoria Geral da Administração. São Paulo: Atlas, 2007

Bibliografia Complementar:

ARAUJO, Luis César. Teoria Geral da Administração. Editora Atlas, 2006.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Teoria Geral da Administração. Editora Atlas, 2006.

SCHERMERHORN, John R. Administração Conceitos Fundamentais. Rio: LTC 2006.



Disciplina **2548N-04 ADMINISTRAÇÃO DE MARKETING**

Créditos : **4** Carga Horária: **60** Vigência: **a partir de 2009/1**

Curso : Adm. - L. F. em Administração de Empresas; Adm. - L. F. em Gestão da Tecnologia da Informação; Adm. - L. F. em Marketing; Adm. - L. F. em Comércio Internacional e Adm. - L. F. em Empreendedorismo e Sucessão.

1 EMENTA

Esta disciplina objetiva oferecer aos alunos um entendimento inicial de Marketing, estudando seus conceitos fundamentais e descortinando as várias perspectivas que a área oferece para o sucesso das empresas.

2 OBJETIVO

Ao finalizar a disciplina, o aluno deverá ter um adequado entendimento das implicações do gerenciamento do marketing na empresa, por meio da análise e da discussão dos conceitos centrais da disciplina. A disciplina objetiva, ainda, colocar os alunos em situações empresariais mais próximas da realidade por meio do desenvolvimento de uma estratégia de marketing para um novo produto.

3 PROGRAMA

3.1. Abordagens Gerais em Marketing:

3.1.1. Abordagem filosófica de marketing

3.1.2. Abordagem gerencial de marketing

3.1.3. Composto de marketing (marketing mix);

3.1.4. Aplicações em instituições com e sem fins lucrativos.

3.2. Conceitos Centrais em Marketing:

3.2.1. Necessidades, desejos e demandas;

3.2.2. Produtos e serviços;

3.2.3. Utilidade, valor e satisfação;

3.2.4. Trocas, transações e relacionamentos;

3.3. Conceitos de Demanda:

3.3.1. Demanda da indústria, da empresa e derivada;

3.3.2. Estados da demanda: primária e seletiva;

3.3.3. Previsão de demanda;

3.4. Comportamento do consumidor/comprador:

3.4.1. Processo de compra;

3.4.2. Fatores condicionantes do processo de compra.



- 3.5. Mercado:
 - 3.5.1. Conceito e componentes;
 - 3.5.2. Potencial de mercado;
 - 3.5.3. Tipos de mercado;
 - 3.5.4. Previsão de demanda.

- 3.6. Segmentação de mercado e posicionamento:
 - 3.6.1. Conceitos;
 - 3.6.2. Bases de segmentação;
 - 3.6.3. Posicionamento da oferta.

- 3.7. Ambiente e Sistema de marketing:
 - 3.7.1. Ambiente tarefa;
 - 3.7.2. Públicos relevantes;
 - 3.7.3. Macroambiente;
 - 3.7.4. Análise da concorrência.

- 3.8. Administração e gerência de marketing:
 - 3.8.1. Marketing e as outras áreas funcionais;
 - 3.8.2. Organização de marketing.

- 3.9. Estratégias de marketing:
 - 3.9.1. Componentes: mercado alvo; composto de marketing e posicionamento competitivo;
 - 3.9.2. Opções de estratégias de marketing.

- 3.10. Marketing para instituições sem fins lucrativos:
 - 3.10.1. Peculiaridades;
 - 3.10.2. Aplicações.

- 3.11. Marketing no contexto brasileiro:
 - 3.11.1. Contexto econômico, político e social;
 - 3.11.2. Situação atual.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing. São Paulo, Prentice Hall, 2006

Bibliografia Complementar:

CHURCHILL, Gilbert A.; PETER, J. Paul. Marketing: Criando Valor para os Clientes. São Paulo, Saraiva, 2000.



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE NEGÓCIOS

KOTLER, Philip. Administração de Marketing: a edição do novo milênio. São Paulo, Prentice Hall, 2000.
LOVELOCK, Christopher & WRIGHT, Lauren. Serviços: Marketing e Gestão. São Paulo, Saraiva, 2001.
BOONE, Louis E.; KURTZ, David L. Marketing Contemporâneo. São Paulo, Cengage Learning, 2009.



Disciplina **2548P-04 ESTRATÉGIA EMPRESARIAL**

Créditos : **4** Carga Horária: **60** Vigência: **a partir de 2009/1**

Curso : Adm. - L. F. em Administração de Empresas; Adm. - L. F. em Gestão da Tecnologia da Informação; Adm. - L. F. em Marketing; Adm. - L. F. em Comércio Internacional e Adm. - L. F. em Empreendedorismo e Sucessão.

1 EMENTA

A disciplina trata da elaboração do planejamento estratégico a partir de uma análise detalhada do meio ambiente e fatores internos da organização, considerando as limitações e vantagens dos modelos propostos pelos principais autores e das principais ferramentas de análise ambiental e implementação para esse fim.

2 OBJETIVO

Ao finalizar a disciplina, o aluno deverá ser capaz de entender o que é Estratégia e sua evolução ao longo do tempo, aprender a analisar o Cenário futuro e torná-lo apto a elaborar o Planejamento Estratégico de uma Organização.

3 PROGRAMA

- 3.1- Introdução
- 3.2- Cenários: as grandes tendências econômicas, políticas e sociais
- 3.3- Planejamento Estratégico
- 3.4- Definindo o Negócios
- 3.5- Identificando a Missão
- 3.6- Explicando Princípios
- 3.7- Analisando o Ambiente
- 3.8- Definindo Objetivos
- 3.9- Formulando Estratégias
- 3.10- Controle Gerencial

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- CERTO, Samuel C. e PETER, J. C. Administração Estratégica. São Paulo: Pearson-Prentice Hall, 2005.
FERNANDES, Bruno H. R.; BERTON, Luiz H. Administração Estratégica: da Competência Empreendedora à Avaliação de Desempenho. São Paulo: Saraiva, 2005.
KIM, W. CHAN, MAUBOURGNE, R. A Estratégia do Oceano Azul. Rio de Janeiro, Campus, 2005.
MINTZBERG, Henry; LAMPEL, Joseph; QUINN, James Brian; GHOSHAL, Sumantra. O Processo da Estratégia: Conceitos, Contextos e Casos Seleccionados. Porto Alegre: Bookman, 2006.
VASCONCELOS Fº, P., PAGNONCELLI, D. Construindo Estratégias para Vencer. Rio de Janeiro, Campus, 2001.

Bibliografia Complementar:

CHIAVENATO, Idalberto; SAPIRO, Arão. Planejamento Estratégico. Fundamentos e Aplicações. São



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE NEGÓCIOS

- Paulo: Campus, 2004.
- HITT, Michael A.; IRELAND, R. Duane; HOSKISSON, Robert E. Administração Estratégica. São Paulo: Thomson, 2002.
- KAPLAN, Robert e NORTON, David P. A Estratégia em Ação – Balanced Scorecard. Rio de Janeiro: Campus, 1997.
- OLIVEIRA, Djalma de P. R. Planejamento Estratégico. Conceitos, Metodologia e Práticas. São Paulo: Atlas, 2001.
- PORTER, Michael E. Estratégia Competitiva: Técnicas para Análise de Indústrias e da Concorrência. Rio de Janeiro: Campus, 1991.



Disciplina **2548R-04 ORGANIZAÇÃO, SISTEMAS E MÉTODOS**

Créditos : **4** Carga Horária: **60** Vigência: **a partir de 2009/1**

Curso : Adm. - Linha de Formação em Administração de Empresas; Adm. - Linha de Formação em Comércio Internacional; Adm. - Linha de Formação em Marketing; Adm. - Linha de Formação em Gestão de T.I.; Adm. - Linha de Formação em Empreendedorismo e Sucessão.

1 EMENTA

A disciplina aborda metodologias, técnicas e ferramentas para o diagnóstico e aperfeiçoamento de processos e modelos organizacionais, assim como elaboração e implementação de planos de melhorias. Questões referentes à origem e evolução da OSM, estrutura e processos organizacionais.

2 OBJETIVO

Ao finalizar a disciplina, o aluno deverá ser capaz de ter espírito crítico, criativo e inovador na aplicação de metodologias para o diagnóstico de modelos organizacionais e para a elaboração de planos de melhorias.

3 PROGRAMA

- 3.1. Introdução à Organização de Sistemas e Métodos;
 - 3.1.1. Origem de O&M / OSM;
 - 3.1.2. Competências da função OSM.;
 - 3.1.3. Evolução de técnicas e procedimentos de O&M / OSM / Qualidade.
- 3.2. Estruturas Organizacionais;
 - 3.2.1. A estrutura básica de uma empresa: níveis estratégico, tático e operacional;
 - 3.2.2. As estruturas das micro, médias e grandes empresas;
 - 3.2.3. As estruturas gerenciais e operacionais;
 - 3.2.4. As culturas da função e do projeto/processo;
 - 3.2.5. Modelagem organizacional: técnicas de departamentalização;
 - 3.2.6. A representação gráfica das estruturas: tipos de organogramas.
- 3.3. Identificação e classificação de disfunções organizacionais;
 - 3.3.1. Tipologia das disfunções;
 - 3.3.2. Respostas usuais contra a tendência à deterioração.
- 3.4. Metodologias para o desenvolvimento organizacional;
 - 3.4.1. MASP - Método de Análise e Solução de Problemas;
 - 3.4.2. Análise Administrativa para o diagnóstico de organizações e propostas de solução;



- 3.4.3. Análise organizacional baseada em metáforas: as diferentes imagens para conceber empresas;
 - 3.4.4. Estratégias e ferramentas para o levantamento de dados e informações;
 - 3.4.5. Análise e planejamento de soluções;
 - 3.4.6. Implementação e controle de resultados;
 - 3.4.7. O Ciclo PDCA / SDCA;
 - 3.4.8. Definição dos itens de controle e de verificação;
 - 3.4.9. A lógica de funcionamento dos ciclos PDCA / SDCA;
 - 3.4.10. Melhoria e manutenção de padrões;
 - 3.4.11. O gerenciamento da rotina e a delegação.
- 3.5. O gerenciamento de processos;
 - 3.5.1. O mapeamento de processos;
 - 3.5.2. Técnicas de descrição;
 - 3.5.3. Representação gráfica: macro fluxogramas e fluxogramas de processos;
 - 3.5.4. Planos para melhoria de processos.
- 3.6. O fluxo físico do processo;
 - 3.6.1. O leiaute em serviços;
 - 3.6.2. Análise da distribuição do trabalho.
- 3.7. A documentação nas organizações;
 - 3.7.1. Formulários e telas;
 - 3.7.2. Tipos e estrutura de manuais;
 - 3.7.3. Modelos de instruções operacionais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- CAMPOS, Vicente Falconi. TQC: Gerenciamento do trabalho da rotina do dia-a-dia. R.J.: Bloch, 1994.
COLENGHI, Vitor Mature. O&M e Qualidade Total: uma integração perfeita. R.J.: Qualitymark, 1997.
CURY, Antônio. Organização e Métodos: uma visão holística. S.P.: Atlas, 2000.
HARRINGTON, H. James. Aperfeiçoando Processos Empresariais. SP.: Macron Books, 1993.
SIMCSIK, Tibor. Organização, sistemas e métodos. S.P.: Futura, 2002.

Bibliografia Complementar:

- ARAÚJO, Luis Cesar G. Organização, sistemas e métodos e as modernas ferramentas de gestão organizacional. S.P.: Atlas, 2001.
LAS CASAS, Alexandre. Qualidade total em serviços. S.P.: Atlas, 2004.
OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Administração de processos. S.P.: Atlas, 2006.



Disciplina **25494-04** **TEORIA GERAL DA ADMINISTRAÇÃO II**

Créditos : **4** Carga Horária: **60** Vigência: **a partir de 2002/2**

Curso : Administração de Empresas.

Administração de Empresas - Ênfase em Comércio Internacional.

Gestão Estratégica de Transporte Coletivo Urbano.

1 EMENTA

O processo administrativo e suas relações com as funções administrativas. A administração e tendências na Administração.

2 OBJETIVO

Ao finalizar a disciplina o aluno deve ser capaz de explorar as funções básicas da Administração diagnosticando seu impacto nos diversos enfoques administrativos segundo seu contexto histórico e social. Estimular a percepção da dinâmica administrativa e organizacional das principais áreas da administração.

3 PROGRAMA

3.1- Questões introdutórias e aspectos básicos da administração (definições, funções, níveis, ambiente e tecnologia).

3.2- Planejamento

3.2.1- Tipos e níveis de planejamento;

3.2.2- Os objetivos e os processos;

3.2.3- As estratégias e as táticas;

3.2.4- Estudo da tipologia quanto a objetivos: Miles/Snow e Porter;

3.2.5- Estudo da tipologia quanto a processo: Mintzberg e Costa.

3.3- Organização

3.3.1- Aspectos básicos: formal e informal, centralização e descentralização, diferenciação e integração;

3.3.2- Departamentalização e a necessidade de integração. Amplitude administrativa e delegação de autoridade;

3.3.3- Estudo da tipologia organizacional segundo Mintzberg: a pequena estrutura simples), a média (máquina burocrática) e a grande (forma por divisões), burocracia profissional e adhocracia.

3.4- Direção

3.4.1- Os estilos de direção;

3.4.2- As teorias sobre motivação (Taylor, Maslow, Herzberg e Vroom);



3.4.3- Liderança;

3.4.4- Comunicação.

3.5- Controle

3.5.1- Fases do controle;

3.5.2- Tipos de controle (material e humano, reativo e proativo);

3.5.3- Mensuração do desempenho e do alcance do resultado.

3.6- Administração e o ambiente em mudança

3.6.1- Administração contemporânea: qualidade, produtividade e competitividade e administração participativa;

3.6.2- Enfoques administrativos: os EUA, o Japão, a Europa e o caso brasileiro;

3.6.3- Técnicas avançadas de administração: a qualidade total, o just-in-time, o Kanban, etc.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Básica:

BATERMAN, T. S., SNELL, S. A. Administração - Construindo Vantagem Competitiva. São Paulo: Atlas, 1998.

CHIAVENATO, I. Administração: Teoria Processo e Prática. SP, Makron, 1993.

STONER, James e FREEMAN, R. Edward. Administração. RJ, Prentice-Hall, 1985.

Complementar:

BENNIS, W. Líderes e Lideranças. RJ, Campus, 1996.

BOWER, M. Talento para Liderar. Rio de Janeiro: campus, 1999.

FERREIRA, E. M. Diagnóstico Organizacional para Qualidade e Produtividade. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1998.

DE MASI, Domenico. O Futuro do Trabalho. 2 ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1999.

MINTZBERG, H. Criando Organizações Eficazes. SP, Atlas, 1996.

MORAES, Anna M. P. Iniciação ao estado da Administração. São Paulo: Makron Books, 2000.

PORTER, M. Estratégia Competitiva. SP, Campus, 1986.

ROBBINS, Stephen P. Administração - Mudanças e Perspectivas. São Paulo: Saraiva, 2000.

WAGNER III, J. A. , HOLLENBENBECK, J. R. Comportamento Organizacional - Criando Vantagem Competitiva. São Paulo: Saraiva, 1999.



Disciplina **2549N-04 ADMINISTRAÇÃO DE VENDAS E NEGOCIAÇÃO**

Créditos : **4** Carga Horária: **60** Vigência: **a partir de 2009/1**

Curso : Adm. - Linha de Formação em Administração de Empresas; Adm. - Linha de Formação em Gestão de TI; Adm. - Linha de Formação em Marketing; Adm. - Linha de Formação em Comércio Internacional; Adm. - Linha de Formação em Empreendedorismo e Sucessão.

1 EMENTA

A disciplina prove uma visão integrada e mercadológica do papel de vendas numa organização, abrangendo desde aspectos estratégicos da gestão do esforço de vendas, até decisões e ações operacionais relativas a recrutamento, seleção, treinamento e remuneração de equipe de vendas, assim como técnicas de negociação integradas aos esforços de vendas.

2 OBJETIVO

Ao finalizar a disciplina, o aluno deverá estar apto a desenvolver o planejamento de venda da empresa. Ser capaz de desenvolver um adequado gerenciamento da função de vendas na empresa, através da análise e discussão de conceitos centrais de Administração de Vendas.

3 PROGRAMA

- 3.1. Promoção de Vendas;
 - 3.1.1. Objetivo da Promoção de Vendas;
 - 3.1.2. Principais decisões a respeito.

- 3.2. Estruturação do Plano de Vendas;
 - 3.2.1. Avaliação de Oportunidades;
 - 3.2.2. Identificação dos clientes;
 - 3.2.3. Qualificação dos clientes;
 - 3.2.4. Pesquisa de Clientes.

- 3.3. Potencial de Mercado e Previsão de Vendas;
 - 3.3.1 Segmentação de Mercado;
 - 3.3.2 Distribuição de vendedores/pontos de venda.

- 3.4. Planejamento da Força de Vendas;
 - 3.4.1. Objetivos e estratégia da força de vendas;
 - 3.4.2. Previsão de Vendas e a estratégia para vender;
 - 3.4.3. Estrutura da força de vendas;



- 3.4.4. Transporte e localização da força de vendas;
- 3.4.5. O tamanho da força de vendas.

- 3.5. A remuneração da força de vendas;
 - 3.5.1. Quotas de Volume de Vendas;
 - 3.5.2. Quotas de Lucros;
 - 3.5.3. Quotas de Despesas;
 - 3.5.4. Quotas de Atividades;
 - 3.5.5. Quotas Combinadas;
 - 3.5.6. Métodos para definição de Quotas.

- 3.6. Gerenciamento da força de vendas.

- 3.7. Recrutamento e seleção da força de vendas.

- 3.8. Treinamento de vendedores;
 - 3.8.1. Supervisão de vendedores;
 - 3.8.2. Motivação de vendedores;
 - 3.8.3. Avaliação de vendedores;
 - 3.8.4. Despesas da força de vendas;
 - 3.8.5. A alocação dos custos;
 - 3.8.6. Esforços de venda mal direcionados.

- 3.9. Análise do Volume de vendas;
 - 3.9.1. Volume Total de Vendas;
 - 3.9.2. Vendas por Territórios;
 - 3.9.3. Vendas por Produtos;
 - 3.9.4. Vendas por Categoria de Clientes;
 - 3.9.5. Fechamento: apenas o volume de vendas é insuficiente;
 - 3.9.6. Auditoria de Marketing.

- 3.10. Plano de carreira para vendedores;
 - 3.10.1. Estilo de vida de um executivo de vendas;
 - 3.10.2. Escolaridade;
 - 3.10.3. Experiências;
 - 3.10.4. Habilidades de Liderança;
 - 3.10.5. Habilidades Administrativas;
 - 3.10.6. Desejo de vender;
 - 3.10.7. Recompensas financeiras.



- 3.11. Marketing Direto;
- 3.11.1. Venda Pessoal;
- 3.11.2. Mala direta;
- 3.11.3. Marketing de catálogo;
- 3.11.4. Telemarketing;
- 3.11.5. Terminais Multimídia.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- GOBE, Antônio Carlos. Administração de Vendas. São Paulo: Saraiva, 2001.
CORTEZ, Edmundo Vieira. Conversando sobre Vendas. São Paulo: Atlas, 1996.
STANTON, Willian Jr. Administração de Vendas. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

Bibliografia Complementar:

- CHIAVENATO, Idalberto. Administração de Vendas: uma abordagem introdutória. Rio de Janeiro, Elsevier, 2005.
CHURCHILL, Jr.; PETER, J. Paul. Marketing. Criando Valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2000.
KOTLER, Phillip. Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar.
PERREAU, William D., Jr; McCARTHY, E. Jerome. Princípios de Marketing. Rio de Janeiro: LTC, 2002.



Disciplina **2549V-02 INTRODUÇÃO ÀS RELAÇÕES INTERNACIONAIS**

Créditos : **2** Carga Horária: **30** Vigência: **a partir de 2009/1**

Curso : Adm. - L.F. em Comércio Internacional.

1 EMENTA

A disciplina proporciona a compreensão sobre a evolução das relações internacionais, sua dinâmica, sua importância e o reflexo das relações internacionais na economia e nas empresas.

2 OBJETIVO

Ao finalizar a disciplina, o aluno deverá estar apto a empregar os conceitos básicos do Comércio Internacional, reconhecer as interações entre os blocos econômicos e perceber as limitações dos Estados nacionais em face dos organismos internacionais.

3 PROGRAMA

3. Introdução ao Comércio Internacional (comércio, política comercial, protecionismo).
4. Introdução ao Comércio Internacional (países emergentes e o Brasil inserido no contexto mundial).
5. Internacionalização.
6. A Teoria Clássica do Comércio Internacional.
7. A Teoria Neoclássica do Comércio Internacional.
8. Órgãos do Comércio Exterior Brasileiro.
9. Pagamentos Internacionais.
10. Sistemática de Importação e Exportação.
11. Mercado Cambial.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

GALEANO, E. As Veias Abertas da América Latina. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

KRUGMAN, P. R. e OBSTFELD, M. Economia Internacional: Teoria e Política. 5ª ed. São Paulo: Makron Books, 2001.

SODRÉ, Nelson Werneck. A Farsa do Neoliberalismo. 1994.



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE NEGÓCIOS

Bibliografia Complementar:

- CARVALHO, M. A. de. e SILVA, C. R. L. Economia Internacional. São Paulo: Saraiva, 2000.
CARDOSO, E. Economia Brasileira ao Alcance de Todos. São Paulo: Brasiliense, 1993.
GONÇALVES, R. et al. A Nova Economia Internacional: uma perspectiva brasileira. 3ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
MAIA, J. de M. Economia Internacional e Comércio Exterior. São Paulo: Atlas, 1995.



Disciplina **254AA-02 ORÇAMENTO EMPRESARIAL**

Créditos : **2** Carga Horária: **30** Vigência: **de 2009/1 à 2018/2**

Curso : Adm. - L.F. em Administração de Empresas; Adm. - L.F. em Gestão da Tecnologia da Informação; Adm. - L.F. em Marketing; Adm. - L.F. em Comércio Internacional; Adm. - L.F. em Empreendedorismo e Sucessão.

1 EMENTA

A disciplina de Orçamento Empresarial trata das atribuições dos Administradores na alocação dos recursos financeiros com vistas à otimização do desempenho organizacional, elaborando e gerindo instrumentos do planejamento, buscando a obtenção dos resultados em curto e longo prazos, englobando cálculos e modelos.

2 OBJETIVO

Ao finalizar a disciplina, o aluno deverá ser capaz de planejar, implementar e controlar de forma dinâmica o desempenho financeiro da empresa, tomando consciência da interdependência e do conflito de interesses na tomada de decisões sobre alocação de recursos e estipulação de objetivos, em organizações que operam em ambiente complexo, competitivo, instável, sob restrições de recursos e com metas, grupos de constituintes internos e externos e estruturas temporais múltiplas e conflitantes.

3 PROGRAMA

- 3.1. Fundamentos orçamentários;
 - 3.1.1. Empresa;
 - 3.1.2. Processo de gestão;
 - 3.1.3. Criação de valor;
 - 3.1.4. Objetivos e vantagens do orçamento;
 - 3.1.5. Modelos de condução;

- 3.2. Plano orçamentário;
 - 3.2.1. Pontos principais;
 - 3.2.2. Execução do plano orçamentário;
 - 3.2.3. Aplicabilidade do orçamento.

- 3.3. Dinamização do plano orçamentário;
 - 3.3.1. Projeções das demonstrações financeiras;
 - 3.3.2. Controle orçamentário;
 - 3.3.3. Integração entre o plano orçamentário e as projeções das demonstrações financeiras.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE NEGÓCIOS

Bibliografia Básica:

FREZATI, Fábio. Orçamento Empresarial: planejamento e controle gerencial. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2009.
LUNKES, Rogério J. Manual de Orçamento. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2007.
TARANTO, Fernando; PADOVEZE, Clóvis L. Orçamento Empresarial: novos conceitos e técnicas. 1 ed. São Paulo: Prentice Hall Brasil, 2008.

Bibliografia Complementar:

MARTINS, Marco A.; PINHEIRO, Paulo R.; SANTOS, José L. dos; SCHMIDT, Paulo. Fundamentos de Orçamento Empresarial. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2008.
MOREIRA, José C. Orçamento Empresarial: manual de elaboração. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2002.
SANVICENTE, Antônio Z; SANTOS, Celso da C. Orçamento na Administração de Empresas: planejamento e controle. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1995.
SILVA, Hélio A. da; HOJI, Masakazu. Planejamento e Controle Financeiro: fundamentos e casos práticos de orçamento empresarial. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2010.
SOBANSKI, Jaert J. Prática de Orçamento Empresarial: um exercício programado. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2000.



Disciplina **254AB-04 ADMINISTRAÇÃO DE OPERAÇÕES**

Créditos : **4** Carga Horária: **60** Vigência: **a partir de 2009/1**

Curso : Adm. - Linha de Formação em Administração de Empresas; Adm. - Linha de Formação em Gestão da Tecnologia da Informação; Adm. - Linha de Formação em Marketing; Adm. - Linha de Formação em Comércio Internacional e Adm. - Linha de Formação em Empreendedorismo e Sucessão.

1 EMENTA

Considera a evolução histórica, estratégias e a eficiência das operações como diferencial competitivo. O relacionamento da área de operações com as outras funções empresariais. Trata do conhecimento necessário ao desenvolvimento, organização, planejamento e controle da produção.

2 OBJETIVO

Ao final da disciplina, o aluno deve estar familiarizado com a problemática do gerenciamento das operações de produção de bens, conhecer as fases de desenvolvimento de um produto, as formas mais comuns de organização da produção e como se faz o planejamento, a programação e o controle da produção. Sob o aspecto da competitividade, conhecer os conceitos e alguns indicadores de eficiência e produtividade.

3 PROGRAMA

3.1. INTRODUÇÃO:

- 3.1.1. Conceito e importância da Administração da Produção.
- 3.1.2. Atividades da Administração da Produção e o relacionamento com outras áreas da empresa.
- 3.1.3. A unidade produtora e o sistema econômico.
- 3.1.4. Passado e Presente da Administração da produção.
- 3.1.5. A função Produção e o Processo Decisório.
- 3.1.6. Estratégia de Produção.

3.2. PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO:

- 3.2.1. Fontes para desenvolvimento de produtos novos.
- 3.2.2. Análise do ciclo de vida.
- 3.2.3. Fatores envolvidos no projeto do produto.

3.3. ORGANIZAÇÃO DA PRODUÇÃO:

- 3.3.1. Tipos de sistemas de produção.
- 3.3.2. Estudo do Lay-Out.



3.3.3. Estudo de tempos e movimentos.

3.3.4. Manutenção.

3.4. GESTÃO DE DEMANDA E DA CAPACIDADE:

3.4.1. Planejamento programação e controle da produção.

3.4.2. Sistemas de administração da produção.

3.4.3. Teoria das restrições.

3.5. PRODUTIVIDADE:

3.5.1. Conceituação.

3.5.2. Indicadores.

3.5.3. A Informática como Suporte para a AP.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

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

Ritzman & Krajewski, Administração da Produção e Operações - Editora Prentice Hall, 2004.

SLACK, Nigel; CHAMBERS, Stuart; HARLAND Cristine; HARRISON, Alan; JOHNSTON, Robert. Administração da Produção. São Paulo, Atlas, 1996.

Chase, Aquilano, Davis, Fundamentos da Administração da Produção - Editora Bookman, 2001.

Bibliografia Complementar:

CAMPOS, Vicente Falconi. Controle da Qualidade Total - No Estilo Japonês. Nova Lima, INDG Tecnologia e Serviços, 2004.

CORRÊA, Henrique L.; GIANESI, Irineu G. N.; CAON, Mauro. Planejamento Programação e Controle da Produção - MRPII/ERP. São Paulo, Atlas, 2001.

DAVIS, Mark; AQUILANO, Nicholas; CHASE, Richard. Fundamentos da Administração da Produção. Porto Alegre, Bookman, 2001.



Disciplina **254AC-04 ADMINISTRAÇÃO DE SERVIÇOS**

Créditos : **4** Carga Horária: **60** Vigência: **a partir de 2009/1**

Curso : Adm. - Linha de Formação em Administração de Empresas; Adm. - Linha de Formação em Gestão da Tecnologia da Informação; Adm. - Linha de Formação em Marketing; Adm. - Linha de Formação em Comércio Internacional e Adm. - Linha de Formação em Empreendedorismo e Sucessão.

1 EMENTA

A Disciplina tem foco na gestão das operações em serviços e suas características específicas, assim como o desenvolvimento dos processos de serviços considerando tanto as estratégias da organização quanto as expectativas dos clientes. Aborda aspectos que influenciam na qualidade percebida pelo cliente, o dimensionamento de recursos na prestação dos serviços e o uso da tecnologia da informação.

2 OBJETIVO

Ao final da disciplina, o aluno deverá ser capaz de compreender a natureza dos processos e sistemas das organizações de operações de serviços com foco nas estratégias, projeto do produto, estrutura, gestão das operações, qualidade e produtividade, bem como, os tipos de clientes e suas relações com a organização identificando os aspectos que agregam valor ao serviço. Analisar o dimensionamento de recursos em relação à capacidade de atendimento e o gerenciamento de filas.

3 PROGRAMA

3.1. Introdução;

3.1.1. Os serviços na economia contemporânea;

3.1.2. O ambiente dos serviços;

3.1.3. A evolução dos serviços .

3.2. As operações de serviços;

3.2.1. Classificação dos serviços;

3.2.2. O pacote de serviços;

3.2.3. Características das operações de serviços ;

3.2.4. Os níveis de contato do cliente com os serviços.

3.3. Estratégias de serviços;

3.3.1. O ambiente competitivo dos serviços;

3.3.2. A classificação dos serviços para a formulação de estratégias;

3.3.3. Estratégias competitivas em serviços;



- 3.3.4. Estratégias em serviços segundo o modelo de Porter;
- 3.3.5. O gerenciamento da demanda e capacidade;
- 3.3.6. Demanda x Capacidade;
- 3.3.7. Estratégias para administração da demanda;
- 3.3.8. Estratégias para otimização da capacidade;
- 3.3.9. Overbooking.

- 3.4. O sistema de prestação de serviços;
 - 3.4.1. A concepção do serviço;
 - 3.4.2. Posicionamento estrutural de processos de serviços;
 - 3.4.3. O projeto de processo de serviços;
 - 3.4.4. Tipos de contato com os clientes;
 - 3.4.5. O cliente como um co-produtor.

- 3.5. Marketing de serviços;
 - 3.5.1. Marketing de serviços orientado para o valor;
 - 3.5.2. Posicionamento de serviços;
 - 3.5.3. Entrega de serviços;
 - 3.5.4. O preço dos serviços;
 - 3.5.5. Promoção dos serviços.

- 3.6. Qualidade em serviços;
 - 3.6.1. A satisfação dos clientes;
 - 3.6.2. A expectativa dos clientes de serviços;
 - 3.6.3. As dimensões da qualidade em serviços;
 - 3.6.4. Análise e minimização das falhas na prestação de serviços;
 - 3.6.5. A mensuração da qualidade em serviços;
 - 3.6.6. A escala SERVQUAL.

- 3.7. A tecnologia de informação aplicada às operações de serviços;
 - 3.7.1. e-commerce e e-business;
 - 3.7.2. Automação em Serviços;
 - 3.7.3. A tecnologia da informação como estratégia competitiva.

- 3.8. Gerenciamento de filas;
 - 3.8.1. Elementos de um sistema de fila;
 - 3.8.2. Aspectos dos sistemas de filas;
 - 3.8.3. O processo de chegada de clientes;
 - 3.8.3.1. distribuições de chegada de clientes;



- 3.8.3.2. histograma de chegada de clientes;
- 3.8.4. A disciplina da fila;
- 3.8.5. As configurações e tipos das filas;
- 3.8.6. Minimização do tempo de espera.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- FITZSIMMONS, James A.; FITZSIMMONS, Mona J. Administração de Serviços: Operações, estratégia e tecnologia da informação. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- JOHNSTON, Robert; CLARK, Graham. Administração de Operações de Serviço. São Paulo: Atlas, 2002.
- LOVELOCK, Cristopher; WRIGHT, Lauren. Serviços: Marketing e Gestão. São Paulo: Saraiva 2003.
- SLACK, Nigel; CHAMBERS, Stuart; HARLAND Cristine; HARRISON, Alan; JOHNSTON, Robert. Administração da Produção. São Paulo: Atlas, 1997.

Bibliografia Complementar:

- ALBRECHT, C. ZEMKE, R. Serviço ao Cliente. Rio de Janeiro: Campus, 2002.
- CORREA, H. L.; CAON, M. Gestão de Serviços. São Paulo, Atlas, 2006.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Qualidade Total em Serviços - Conveitos e Exercícios Práticos. São Paulo: Atlas, 2004.



Disciplina **254AD-04 ADMINISTRAÇÃO DE MATERIAIS E LOGÍSTICA**

Créditos : **4** Carga Horária: **60** Vigência: **a partir de 2009/1**

Curso : Adm. - L.F. em Administração de Empresas; Adm. - L.F. em Gestão da Tecnologia da Informação; Adm. - L.F. em Marketing; Adm. - L.F. em Comércio Internacional; Adm. - L.F. em Empreendedorismo e Sucessão.

1 EMENTA

A abordagem logística da disciplina engloba o planejamento, a coordenação e o controle do fluxo de materiais e de informações entre os diversos componentes da cadeia de suprimentos, até o consumidor final. A administração clássica de materiais visa dispor dos materiais necessários no momento apropriado e no lugar certo, ao menor custo global para a empresa.

2 OBJETIVO

Ao finalizar a disciplina o aluno deverá ser capaz de compreender o papel da administração de materiais (em uma abordagem logística) na empresa. Igualmente, deverá dispor de conceitos e técnicas que constituem elementos básicos para a gestão de estoques e compras, do manuseio e da armazenagem de materiais, dispondo de elementos para analisar situações encontradas nos diversos cenários das empresas.

3 PROGRAMA

3.1. Introdução:

3.1.1. Administração de Materiais - Uma Abordagem Logística;

3.1.2. Conceituação e importância;

3.1.3. Objetivos principais;

3.1.4. Áreas de interesse;

3.1.5. Subsistemas da logística e suas atividades.

3.2. Classificação e codificação de materiais (padronização):

3.2.1. Tipos de estoques quanto as suas características;

3.2.2. Sistemas de codificação de materiais.

3.3. Gestão de estoques:

3.3.1. Funções e objetivos dos estoques;

3.3.2. Dimensionamento e controle de estoques;

3.3.3. Tipos de estoques quanto as suas utilizações;

3.3.4. Provisões para estoques;

3.3.5. Classificação ABC (Pareto).



3.4. Métodos de controle de estoques:

- 3.4.1. Máximos e mínimos;
- 3.4.2. Duas gavetas (visual);
- 3.4.3. Revisões periódicas;
- 3.4.4. MRP e Kanban;
- 3.4.5. Custos de estoques;
- 3.4.6. Lote econômico de compras.

3.5. Compras:

- 3.5.1. Conceituação e importância;
- 3.5.2. Organização de compras;
- 3.5.3. Elementos centrais da função compras;
- 3.5.4. Relacionamento de compras com outras áreas da empresa (cliente/fornecedor interno);
- 3.5.5. Cadastro de fornecedores (desenvolvimento e avaliação de fornecedores);
- 3.5.6. A Internet como recurso para compras;
- 3.5.7. Processo aquisitivo: requisição de materiais, cotação de compras e negociação;
- 3.5.8. Pedido de compra;
- 3.5.9. Análise de valor nas compras.

3.6. Armazenamento de materiais:

- 3.6.1. Conceituação e importância;
- 3.6.2. Funções da armazenagem: recebimento/inspeção, estocagem e expedição;
- 3.6.3. Princípios da armazenagem;
- 3.6.4. Relacionamento da armazenagem com confiabilidade de dados de estoques;
- 3.6.5. Sistemas de localização de materiais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- BALLOU, Ronal H. Logística Empresarial: transportes, administração de materiais e distribuição física. São Paulo: Atlas, 1993.
- DIAS, Marco Aurélio P. Administração de materiais: uma abordagem logística. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1993.
- MARTINS, Petrônio G.; ALT, Paulo Renato C. Administração de materiais e recursos patrimoniais. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

Bibliografia Complementar:

- ARNOLD, J. R. Tony. Administração de materiais. São Paulo: Atlas, 1999.
- BALLOU, Ronald H. Gerenciamento da cadeia de suprimentos: planejamento, organização e logística empresarial. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- GURGEL, Floriano do A. Logística industrial. São Paulo: Atlas, 2000.
- MARTINS, Petrônio G.; ALT, Paulo Renato C. Administração de materiais e recursos patrimoniais. São



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE NEGÓCIOS

Paulo: Saraiva, 2000.

VIANA, João José. Administração de materiais: um enfoque prático. São Paulo: Atlas, 2000.



Disciplina **254AG-04 METODOLOGIA DE PESQUISA**

Créditos : **4** Carga Horária: **60** Vigência: **a partir de 2008/2**

Curso : Adm. - L. F. em Administração de Empresas; Adm. - L. F. em Gestão da Tecnologia da Informação; Adm. - L. F. em Marketing; Adm. - L. F. em Comércio Internacional e Adm. - L. F. em Empreendedorismo e Sucessão.

1 EMENTA

Trata dos princípios da metodologia científica, dos tipos, fases e procedimentos para realização e apresentação de pesquisas nas áreas de conhecimento do curso. A formatação e estrutura das monografias, resenhas e resumos de acordo com as normas da ABNT.

2 OBJETIVO

Ao finalizar a disciplina, o aluno deverá ser capaz de identificar os princípios de metodologia científica, fases e procedimentos aplicados aos Trabalhos de Conclusão de Curso, TCC's; conhecer a estrutura e as etapas de realização dos TCC's; elaborar um Projeto de Pesquisa, Aplicar e Redigir um Relatório, conforme os preceitos da metodologia de pesquisa científica.

3 PROGRAMA

3.1. Conhecimento, Ciência, Pesquisa Científica e Pesquisa em Administração.

3.2. Tipos de Trabalhos Científico.

3.3. Fases da Pesquisa;

3.3.1. Identificação e formulação do problema de pesquisa;

3.3.2. Planejamento da Pesquisa;

3.3.3. Execução da Pesquisa;

3.3.4. Apresentação dos resultados.

3.4 Fundamentação Teórica: elaboração e normas ABNT para citações e referências.

3.5 Método de Pesquisa Qualitativo e Quantitativo.

3.6 Técnicas de coleta de dados.

3.7 Técnicas de análise de dados.

3.8 Estrutura de um TCC e normas ABNT para apresentação de trabalhos científicos;

3.8.1. Elaboração de slides e defesa em banca.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

- GIL, A. C. Métodos e técnicas de pesquisa social. São Paulo: Atlas, 1999.
MALHOTRA, N. K. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. Porto Alegre: Bookman, 2001.
FOSSATI, N. C.; LUCIANO, E. M. (Org.). Prática profissional em administração. Porto Alegre: Sulina, 2008.
ROESCH, S. M. A. Projetos de estágio do curso de administração. São Paulo: Atlas, 1996.

Bibliografia Complementar:

- COLLIS, Jill; HUSSEY, Roger. Pesquisa em Administração. 2ed. São Paulo: Bookman, 2005.
HAIR JR., J. et al. Fundamentos de métodos de pesquisa em administração. Porto Alegre: Bookman, 2005.
MATTAR, F. N. Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento, execução, análise. São Paulo: Atlas, 1994. v. 1 e 2.
RICHARDSON, R. J. et al. Pesquisa social: métodos e técnicas. São Paulo: Atlas, 1999.
SANTOS, V. dos e CANDELORO, R. J. Trabalhos Acadêmicos: Uma orientação para a pesquisa e normas técnicas. Porto Alegre: AGE, 2006.
THIOLLENT, M. Metodologia da pesquisa-ação. São Paulo: Atlas, 1998.
VERGARA, Sylvia C. Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2000.
YIN, R. K. Estudo de caso: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2001.



Disciplina **254BC-04 AMBIENTE E NEGOCIAÇÃO INTERNACIONAL**

Créditos : **4** Carga Horária: **60** Vigência: **a partir de 2008/2**

Curso : Adm. - L.F. em Comércio Internacional.

1 EMENTA

A disciplina aborda aspectos do mercado que proporcionem a compreensão do ambiente global, a influencia do mesmo nas atividades da empresa e da mesma forma, trabalha ferramentas e técnicas que auxilie as empresas a negociar e competir neste ambiente.

2 OBJETIVO

Ao finalizar a disciplina o aluno deverá entender o ambiente global e trabalhar técnicas de negociação para competir neste ambiente.

3 PROGRAMA

1. Introdução;

1.1. Ambiente Internacional e Globalização;

1.2. Negociações - conceitos gerais;

1.3. Desafios da comunicação;

1.4. Evolução do marketing global.

2. Ambiente Global: Econômico, Financeiro e Político-Legal;

2.1. Economia mundial entrelaçada;

2.2. Ambiente econômico de uma nação;

2.3. Ambiente Financeiro: câmbio, paridade do poder de compra e flutuação da taxa de câmbio;

2.4. Ambiente político: políticas, regulamentações, risco político, legislação internacional.

3. Ambiente Cultural Global;

3.1. Definição de Cultura;

3.2. Comparações Interculturais;

3.3. Cultura e negociação internacional;

3.4. Adaptação a culturas estrangeiras.

4. Negociação Internacional;

4.1. Técnicas;

4.2. Táticas;

4.3. Estilos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS



Bibliografia Básica:

- CARNIER, Luiz Roberto. Marketing internacional para brasileiros. 3. ed. São Paulo: Aduaneiras, 1996.
FISCHER, Roger. Como chegar ao sim: negociação de acordos sem concessões. Rio de Janeiro: Imago Ed., 1994.
KEEGAN, W.J. & GREEN, M.C., Princípios de Marketing Global. São Vicente: Saraiva, 2000.
KOTABE, Masaaki. Administração de Marketing Global. São Paulo: Atlas, 2000.

Bibliografia Complementar:

- ALBAUM, Gerald; STRANDSKOV, Jesper; DUERR, Edwin. International marketing and export management. 3 ed. England: Addison Wesley Longman Limited, 1998.
BRADLEY, Frank. International marketing strategy. 2. ed. London: Prentice-Hall International, 1995.
MINERVINI, Nicola. O Exportador. 3ª ed. São Paulo: Makron Books, 2001.
MONTGOMERY, Cynthia A.; PORTER, Michael E. Estratégia: a busca da vantagem competitiva. Tradução Bazan Tecnologia e Lingüística. Rio de Janeiro: Campus, 1998.



Disciplina **254BG-04 PLANO DE EXPORTAÇÃO**

Créditos : **4** Carga Horária: **60** Vigência: **a partir de 2009/1**

Curso : Adm. - L.F. em Comércio Internacional.

1 EMENTA

A disciplina trata dos conhecimentos necessários para o desenvolvimento do plano de exportação da empresa, através do estudo de mercados, ferramentas de promoção comercial internacional, associados ao composto de marketing internacional da empresa.

2 OBJETIVO

Salientar a importância do planejamento para o ingresso da empresa no mercado internacional. Destacar a influência do mercado-alvo nas decisões de promoção, preço, produto e canais de distribuição da empresa, bem como proporcionar o entendimento sobre a capacidade de internacionalização de uma empresa.

3 PROGRAMA

3.1 Marketing Global: conceitos, importância, orientações.

3.2 Planejamento da exportação.

3.3 Capacidade exportadora da empresa.

3.4 Definição do mercado-alvo: obtenção de informações sobre mercados, análise e interpretação. Definição do preço, promoção, produto e distribuição.

3.5 Prospecção de Mercado: etapas de realização, tópicos para análise, confecção do questionário, observação da cultura, canais de distribuição, barreiras, normas técnicas, definição do plano de ação.

3.6 Feiras Internacionais, Projeto Comprador, Projeto Vendedor, Missões Empresariais: conceito, o que considerar em cada caso, como escolher a melhor opção, quando devem ser utilizados, etapas de preparação, material de divulgação, manutenção das ações/contatos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

KOTABE, Masaaki. Administração de Marketing Global. São Paulo: Atlas, 2000.

CZINKOTA, Michael R. & RONKAINEN, Ilkka A. Marketing Internacional. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

POLIZEI, Eder. Plano de marketing. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE NEGÓCIOS

Bibliografia Complementar:

NOSÉ JUNIOR, Amadeu. Marketing Internacional: uma estratégia empresarial. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

MINERVINI, Nicola. O Exportador. 7ª ed. São Paulo: Makron Books, 2008.

KEEGAN, W.J. & GREEN, M.C., Princípios de Marketing Global. São Vicente: Saraiva, 2000.

CARNIER, Luiz Roberto. Marketing internacional para brasileiros. 3. ed. São Paulo: Aduaneiras, 1996.

BRADLEY, Frank. International marketing strategy. 2. ed. London: Prentice-Hall International, 1995.



Disciplina **254BP-04 TRANSPORTES E SEGUROS INTERNACIONAIS**

Créditos : **4** Carga Horária: **60** Vigência: **a partir de 2013/1**

Curso : Administração - Linha de Formação em Comércio Internacional.

1 EMENTA

A disciplina proporciona a compreensão do contexto gerencial de transportes e seguros no comércio internacional, suas características e critérios para a seleção, que permitam a escolha mais competitiva para a empresa.

2 OBJETIVO

Ao finalizar a disciplina, o aluno deverá compreender o contexto gerencial de transportes no comércio internacional e operar em atividades de transporte internacional.

3 PROGRAMA

- 3.1. Introdução ao estudo do transporte e Revisão dos conceitos de logística;
- 3.2. Distribuição física de mercadorias.
- 3.3. Embalagem.
- 3.4. Transporte Marítimo, Transporte Fluvial e Lacustre.
- 3.5. Transporte Rodoviário e Transporte Ferroviário.
- 3.6. Transporte Intermodal e Multimodal.
- 3.7. Transportes Especiais e Infraestrutura de transportes.
- 3.8. Principais documentos de transporte nacional e internacional.
- 3.9. Organismos nacionais e internacionais gestores de transportes internacionais.
- 3.10. Gestão de transportes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografia Básica:

BOWERSOX, Donald; CLOSS, David. Logística empresarial: processo de integração da cadeia de suprimentos. São Paulo: Atlas, 200.

NOVAES, Antônio Galvão. Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição: estratégia, operação e avaliação. Rio de Janeiro: Elsevier.



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE NEGÓCIOS

DIAS, Marco Aurélio. LOGÍSTICA, TRANSPORTE E INFREESTRUTURA. São Paulo. Atlas, 2012.

Bibliografia Complementar:

FERREIRA, Luiz Antonio Félix. Transporte Aéreo Internacional. São Paulo: Aduaneiras, 2003

KEEDI, Samir. Transportes e seguros no comércio exterior. 3. ed. São Paulo: Aduaneiras, 2003.

VIEIRA, Guilherme Bergamann Borges. Transporte Internacional de Cargas. 2 ed. São Paulo: Aduaneiras, 2002.



DEPARTAMENTO DE DIREITO PÚBLICO
CURSO: CIÊNCIAS CONTÁBEIS –
Linha de Formação em Controladoria e Finanças
DISCIPLINA: **DIREITO TRIBUTÁRIO**
CODICRED: 24361-02

I. EMENTA: Estudo das relações jurídicas entre os entes dotados de competência impositiva e/ou administrativa-arrecadatória e aqueles que são compelidos às prestações, positivas ou negativas, relativas à exigência, fiscalização e arrecadação dos tributos.

II. OBJETIVOS: A disciplina visa prover o aluno dos conhecimentos necessários à correta análise e identificação do fenômeno tributário, de modo crítico, mediante exposição sistemática das regras jurídicas, legislativas ou não, que se referem às imposições de natureza tributária. Especial destaque é conferido à colocação precisa do Direito Tributário dentro da generalidade das disciplinas jurídicas e à compreensão do Sistema Constitucional Tributário Nacional, do tributo e suas espécies mais significativas, da obrigação tributária e do crédito tributário.

III. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

01- INTRODUÇÃO AO ESTUDO DO DIREITO TRIBUTÁRIO.

A atividade financeira do Estado. O Direito Tributário: Conceito e natureza jurídica (público, comum e obrigacional). Autonomia: Didática e científica: estrutural e dogmática. Relações com os ramos do Direito. Codificação.

02. OBJETO DO DIREITO TRIBUTÁRIO.

Os tributos: Conceito, espécies tributárias.

03. FONTES DO DIREITO TRIBUTÁRIO.

Conceito e espécies (reais e formais). Fontes formais principais e fontes secundárias. A expressão "Legislação Tributária" e seu significado.

04. OBRIGAÇÃO TRIBUTÁRIA.

Conceito e espécies. Natureza jurídica, elementos e classificação. Fontes. Fato gerador: conceito, características, elementos e espécies.

05. SUJEITO ATIVO DA OBRIGAÇÃO TRIBUTÁRIA.

Conceito. Poder de instituir e poder de exigir a obrigação tributária. Indelegabilidade da competência.

06. SUJEITO PASSIVO DA OBRIGAÇÃO TRIBUTÁRIA.

Conceito. Sujeição passiva direta e sujeição passiva indireta. Solidariedade. Capacidade tributária. Domicílio tributário. Responsabilidade tributária.

07. CRÉDITO TRIBUTÁRIO.

Conceito e fontes. Lançamento: conceito e natureza jurídica. Efeitos do lançamento. Revisão do lançamento. Suspensão, extinção do crédito Tributário.

08. ADMINISTRAÇÃO DO CRÉDITO TRIBUTÁRIO.

Conceito. Fiscalização. Dívida ativa: conceito, inscrição e certidão como título creditório executivo. Certidões negativas de débitos

09. SISTEMAS TRIBUTÁRIO BRASILEIRO.

Conceito, estrutura. Competência tributária e suas espécies. Discriminação e partilha de rendas tributárias. Limitações constitucionais no poder de tributar.

10. TRIBUTOS.



DEPARTAMENTO DE DIREITO PÚBLICO
CURSO: CIÊNCIAS CONTÁBEIS –
Linha de Formação em Controladoria e Finanças
DISCIPLINA: **DIREITO TRIBUTÁRIO**
CODICRED: 24361-02

Definição legal. Categorias: vinculados e não vinculados. Imposto. Taxa. Contribuição de melhoria.

IV. BIBLIOGRAFIA:

A - BÁSICA

AMARO, Luciano. **Direito Tributário Brasileiro**. São Paulo: Saraiva.
BALEEIRO, Aliomar. **Direito Tributário Brasileiro**. Rio de Janeiro: Forense.
BECKER, Alfredo Augusto. **Teoria Geral Direito Tributário**. São Paulo: Lejus.
CARRAZA, Roque Antonio. **Curso de Direito Constitucional Tributário**. São Paulo: Malheiros.
CARVALHO, Paulo de Barros. **Curso de Direito Tributário**. São Paulo: Saraiva.
COELHO, Sacha Calmon Navarro. **Curso de Direito Tributário Brasileiro**. Rio de Janeiro: Forense.

B – COMPLEMENTAR

ATALIBA, Geraldo. **Hipótese de Incidência Tributária**. São Paulo: Malheiros.
BALLEIRO, Aliomar. **Limitações Constitucionais ao Poder de Tributar**. São Paulo: Forense.
BERNI, Maurício Batista (org.) et alii. **Direito Tributário**. São Paulo: Saraiva.
CARVALHO, Paulo de Barros. **Teoria da Norma Tributária**. São Paulo: Max Limonad.
MACHADO, Hugo de Brito. **Curso de Direito Tributário**. São Paulo: Malheiros.
ROSA JR., Luiz Emygdio F. da. **Manual de Direito Financeiro e Direito Tributário**. Rio de Janeiro: Renovar.
TORRES, Ricardo Lobo. **Curso de Direito Financeiro e Tributário**. Rio de Janeiro: Renovar.
Revista de Direito Tributário. Editora Malheiros.
Revista dos Tribunais. Porto Alegre: Síntese.
Revista Dialética de Direito Tributário. São Paulo: Dialética.
Revista de Estudos Tributários. Porto Alegre: Síntese. 1998.
Revista de Estudos Tributários (CD-ROM). Porto Alegre: Síntese. 1999.
Revista Tributária e de Finanças Públicas. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2000.
Síntese Fiscal, Tributária e Contábil (CD-ROM). Porto Alegre: Síntese, 1999.
Interesse Público: Órgão Nacional de Doutrina, Jurisprudência, Legislação e Crítica Judiciária. São Paulo: Notadez, 1999.
IOB Repertório de Jursiprudência. Tributário, Constitucional e Administrativo / IOB Informações Objetivas. São Paulo: IOB Informações Objetivas, 1990.
Jurisprudência do Supremo Tribunal Federal (CD-ROM)/Brasil. Supremo Tribunal Federal. São Paulo: Biblioteca Digital LEX, 1996.



PROGRAMA DA DISCIPLINA

DISCIPLINA:

ESTATÍSTICA BÁSICA

CODCRED	CARGA HORÁRIA	MÓDULO
41296-04	60	60

EMENTA:

Estatística Descritiva: Organização e Descrição de Dados. Probabilidade. Inferência Estatística: Amostragem, Estimação e Testes de Hipóteses. Correlação e Regressão. Séries Temporais. Números Índices.

OBJETIVOS:

- Apresentar as potencialidades da Estatística no tratamento de informações qualitativas e quantitativas.
- Capacitar o aluno a identificar técnicas estatísticas adequadas para trabalhar com várias situações do mundo real.
- Familiarizá-lo com as técnicas de decisões, relações entre variáveis, identificação dos componentes de um processo evolutivo no tempo e permitir a análise de uma ou mais variáveis através de um indicador.

CONTEÚDO:

1. ESTATÍSTICA DESCRITIVA: ORGANIZAÇÃO E DESCRIÇÃO DE DADOS

Conceitos básicos em estatística. População e amostra. Variáveis. Distribuição de frequências. Medidas de tendência central e de dispersão.

2. PROBABILIDADE

Noções de probabilidade. Conceito clássico e frequencial. Variáveis Aleatórias Discretas e Contínuas. Distribuição Normal ou Curva de Gauss.

3. INFERÊNCIA ESTATÍSTICA: AMOSTRAGEM, ESTIMAÇÃO E TESTES DE HIPÓTESES

Amostragem. Estimação por ponto e por intervalo. Teste de hipóteses: conceitos básicos, mecanismo dos erros. Testes t de Student para amostras pareadas e independentes. Teste Qui-quadrado.



4. CORRELAÇÃO E REGRESSÃO

Correlação linear: coeficiente de correlação linear de Pearson. Regressão linear simples. Coeficiente de determinação.

5. SÉRIES TEMPORAIS

Séries temporais. Componentes da série. Avaliação da tendência pelo método dos mínimos quadrados.

6. NÚMEROS ÍNDICES

Números índices: conceito de relativo, índice agregativo simples, construção de números índices com base fixa e móvel. Poder aquisitivo.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

FREUND, John E.; SIMON, Gary A. Estatística aplicada: economia, administração e contabilidade. 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2000. 404 p.

SILVA, Ermes Medeiros da et al. Estatística para os cursos de economia, administração e ciências contábeis. São Paulo: Atlas, 1995. 2 v.

SILVA, Paulo Afonso Lopes da. Probabilidades & Estatística. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso Editores, 1999. 174 p.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

KMENTA, Jan. Elementos de econometria: teoria econométrica básica. São Paulo: Atlas, 1994. 2 v.

LAPPONI, Juan Carlos. Estatística usando Excel 5 e 7. São Paulo: Lapponi Treinamento e Editora, 1997. 401 p.

LEVINE, David M.; BERENSON, Mark L.; STEPHAN, David. Estatística: teoria e aplicações: usando Microsoft excel em português. Rio de Janeiro: LTC, 2000. 811 p.

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

MORETTIN, Pedro A.; BUSSAB, Wilton O. Estatística básica. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2002. 526 p.

TRIOLA, Mário F. Introdução à estatística. Rio de Janeiro: LTC, 1999. 410 p.



PROGRAMA DA DISCIPLINA

DISCIPLINA:

MATEMATICA FINANCEIRA

CODCRED	CARGA HORÁRIA	MÓDULO
4110R-04	60	60

EMENTA:

- Estudo do comportamento do dinheiro no tempo. Demonstração exemplificada das aplicações práticas nas operações de juros simples, desconto e juros compostos. Dedução e aplicação da equação de equivalência entre as taxas efetivas de juros. Apresentação e demonstrações dos modelos de séries de pagamentos utilizados nas operações de compra/venda e nas amortizações de dívidas. Análise dos diversos métodos utilizados nas alternativas de investimentos.

OBJETIVOS:

A disciplina tem como objetivos desenvolver nos alunos:

- habilidades nos cálculos matemáticos, de modo geral, e nos cálculos financeiros, em especial;
- habilidades de utilizar calculadoras, de modo geral e calculadoras financeiras, em especial;
- capacidade de identificar cada um dos conteúdos desenvolvidos, na disciplina;
- capacidade de responder a questões teóricas e resolver problemas práticos sobre os conteúdos ministrados;
- capacidade de interpretar e raciocinar logicamente.

CONTEÚDO:

1. JUROS SIMPLES

Introdução. Conceitos iniciais. Comparação entre juros simples e juros compostos. Juros simples: cálculo do juro; do capital; da taxa e do prazo de aplicação. Montante a juros simples. Cálculo do montante; do capital; do prazo e da taxa.

2. DESCONTO SIMPLES

Desconto simples. Desconto simples racional: cálculo do desconto racional; do valor nominal; do valor atual; do prazo e da taxa de juros simples. Desconto simples comercial: cálculo do desconto comercial; do valor nominal; do valor atual, do prazo e da taxa de desconto simples. Equivalência entre as taxas de juros simples e de desconto simples. Capitais equivalentes.



3. JUROS COMPOSTOS

Juros compostos: Cálculo do montante; do capital; da taxa e do prazo. Juros compostos com períodos fracionários: convenção exponencial e convenção linear. Taxas equivalentes: taxa efetiva e taxa nominal.

4. SÉRIES DE PAGAMENTOS

Introdução. Conceitos iniciais. Classificação das rendas (séries de pagamento). Montante de uma renda postecipada. Cálculo do montante; do termo de renda; do prazo e da taxa. Valor atual da renda postecipada. Cálculo do valor atual; do termo de renda; do prazo e da taxa. Montante de uma renda antecipada. Cálculo do montante; do termo de renda; do prazo e da taxa. Valor atual da renda antecipada. Cálculo do valor atual; do termo de renda; do prazo e da taxa. Rendas diferidas. Diferimento final: Cálculo do montante utilizando uma renda postecipada e/ou renda antecipada. Diferimento inicial: Cálculo do valor atual utilizando uma renda postecipada e/ou renda antecipada.

5. SISTEMAS DE AMORTIZAÇÃO

Sistemas de amortização: Conceitos e apresentação dos diversos sistemas de amortização. Sistema de Amortização Progressiva (Sistema Francês): Cálculo da prestação; primeira quota de amortização; cálculo dos juros pagos na primeira prestação; Quota de amortização e dos juros de uma prestação de ordem "p". Capital resgatado (amortizado) após o pagamento de uma determinada prestação. Saldo devedor de um empréstimo. Planilha de amortização de um empréstimo. Pagamento antecipado ou com atraso de uma ou mais prestações. Empréstimos com carência. Sistema de Amortização Constante (SAC).

6. ANÁLISE DAS ALTERNATIVAS DE INVESTIMENTOS

Análise das alternativas de investimentos: Conceitos básicos. Método de análise: Valor Presente Líquido (VPL). Método de análise: Taxa Interna de Retorno (TIR). Método de análise: Tempo de Recuperação do Capital (PAY BACK). Método de análise: Valor Anual Uniforme Equivalente (VAUE).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

- FRANCISCO, W. de. Matemática financeira. 7. ed. São Paulo: Atlas, 1994.
MATHIAS, Washington Franco; GOMES, José Maria. Matemática financeira: com + de 600 exercícios resolvidos e propostos. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2002. 455 p.
VIEIRA SOBRINHO, José Dutra. Matemática financeira. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2000. 409 p.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

- ASSAF NETO, Alexandre. Matemática financeira e suas aplicações. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2002. 436 p.
FARO, Clóvis de. Princípios e aplicações do cálculo financeiro. 2. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1995. 291 p.
_____. Matemática financeira. 9. ed. São Paulo: Atlas, 1982. 387 p.
MORAES, Euclides M. de. Matemática financeira. 8. ed. rev. Porto Alegre: Sulina, 1983. 345 p.
PUCCINI, Abelardo de Lima. Matemática financeira: objetiva e aplicada. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2000. 440 p.



CURSO: ADMINISTRAÇÃO – Linha de Formação em Comércio Internacional
DEPARTAMENTO DE DIREITO PÚBLICO
DISCIPLINA: DIREITO INTERNACIONAL
CODICRED: 24362-02

I. EMENTA: Análise das relações internacionais sob o ponto de vista público e privado. Características básicas da atualidade do sistema. Os sujeitos de direito internacional e suas relações inter estatais. Desenvolvimento e perspectivas do direito internacional público e privado moderno. Os sistemas e mecanismos de implantação e operacionalização da ordem normativa internacional.

II. OBJETIVOS: Apresentar os elementos estruturais básicos do ordenamento jurídico internacional através da análise das relações entre Estados e os demais atores frente à incidência de uma conexão espacial pública e privada. Estabelecer a importância didática da disciplina para os profissionais que atuam no âmbito das relações jurídicas internacionais diante do fenômeno da globalização e a intensificação dos vínculos relacionais que conformam a ampliação da interdependência entre os respectivos sujeitos.

III. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. OBJETIVOS DA DISCIPLINA, MÉTODO E BIBLIOGRAFIA:

1.1 Natureza jurídica e desenvolvimento sistemático do direito internacional.

1.2 As identidades e diferenças incidentes no âmbito do direito internacional público e privado.

2. DIREITO INTERNACIONAL PÚBLICO:

2.1 Conceito. Fundamento. Desenvolvimento histórico. Relação com as demais disciplinas jurídicas.

2.2 Fontes do direito internacional público. O art. 38 do Estatuto da CIJ e as novas fontes disciplinares.

2.3 A personalidade internacional: Estados, Organizações Internacionais. Coletividades não estatais.

2.4 O Estado como pessoa internacional. Formação. Direitos e deveres. Órgãos das relações externas.

2.5 Nacionalidade: pessoa física e jurídica. A situação jurídica do estrangeiro.

2.6 Território do Estado. O domínio público nacional e internacional.

2.7 Os conflitos internacionais. A solução pacífica de conflitos. A guerra.

2.8 Considerações gerais sobre direito da integração. O sistema europeu e o sistema do Mercosul.

2.9 A Proteção internacional dos direitos humanos. Mecanismos de implementação.

3. DIREITO INTERNACIONAL PRIVADO:

3.1 Conceito. Fundamento. Desenvolvimento histórico. Relação com as demais disciplinas jurídicas.

3.2 As fontes do direito internacional privado.



CURSO: ADMINISTRAÇÃO – Linha de Formação em Comércio Internacional.
DEPARTAMENTO DE DIREITO PÚBLICO
DISCIPLINA: DIREITO INTERNACIONAL
CODICRED: 24362-02

- 3.3 A Lei de Introdução ao Código Civil Brasileiro e o Código de Bustamante.
- 3.4 Aplicação normativa direta e indireta. Elementos de conexão.
- 3.5 Qualificação prévia.
- 3.6 Interpretação. Aplicação. Exceções à aplicação.
- 3.7 O processo internacional. Aplicação do direito estrangeiro. Competência jurisdicional.
- 3.8 As cartas rogatórias e a homologação da sentença estrangeira.
- 3.9 Os contratos internacionais. Princípios. Elementos e cláusulas. Contratos no comércio internacional.
- 3.10 A arbitragem internacional.

IV. BIBLIOGRAFIA:

A – BÁSICA

- MAZZUOLI, Valério de Oliveira. *Curso de Direito Internacional Público*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2009.
- STRENGER, Irineu. *Direito Internacional Privado*. São Paulo: LTR, 2005.
- REZEK, José Francisco. *Direito Internacional Público: Curso Elementar*. São Paulo: Saraiva, 2007.

B – COMPLEMENTAR

- ARAÚJO, Luiz Ivany de Amorim. *Curso de Direito Internacional Público*. RJ: Forense, 2007.
- ARAÚJO, Nádia de. *Direito Internacional Privado: Teoria e Prática brasileira*. Rio de Janeiro: Renovar, 2007.
- DOLINGER, Jacob. *Direito Internacional Privado*. RJ: Renovar, 2006.
- RECHSTENIER, Beat Walter. *Direito Internacional Privado: teoria e prática*. SP: Saraiva, 2007.
- AMORIN, Luis Ivani. *Curso de Direito Internacional Público*. Rio de Janeiro: Forense, 2003.



DEPARTAMENTO DE DIREITO PRIVADO
CURSO: ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS
DISCIPLINA: **DIREITO INTRODUTÓRIO E DO CONSUMIDOR**
CODICRED: **24234-02**
VÁLIDO PARA TODOS OS CURRÍCULOS

I – EMENTA: A disciplina trabalha com conceitos introdutórios do direito privado e público, seguido do estudo da legislação brasileira referente aos direitos do consumidor e sua proteção. Estrutura e as áreas de estudo do direito. Princípios básicos para compreensão do estudo do direito. Apresenta o Código de Defesa do Consumidor, os direitos básicos do consumidor, aspectos referentes à qualidade dos produtos e serviços, as práticas comerciais, a proteção contratual, as infrações e sanções administrativas e a defesa do consumidor em juízo.

II – OBJETIVOS: Propiciar uma visão sistêmica do Código de Defesa do Consumidor, ressaltando a operacionalidade do seu modelo aberto e os aspectos inovadores no quadro do ordenamento jurídico brasileiro.

III. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

UNIDADE 1: Noções de Direito. 1.1. Direito. 1.2. Justiça. 1.3. Norma. 1.4. Regra. 1.5. Princípios. 1.6. Hierarquia Legislativa. 1.7. Constituição Federal. 1.8. Poder Executivo. 1.9. Poder Legislativo. 1.10. Poder Judiciário. 1.11. Lei Ordinária. 1.12. Lei Complementar. 1.13. Decreto. (Técnica legislativa do CDC. Modelos normativos: cláusulas gerais e conceitos jurídicos indeterminados. Conteúdos normativos: valores, princípios, postulados, diretrizes, objetivos e regras.)

UNIDADE 2: Noções da Pessoa no Código Civil. 2.1. Personalidade. 2.2. Pessoa Física. 2.3. Pessoa Jurídica

UNIDADE 3: PARTE GERAL 3.1. Estrutura e função do CDC. 3.2. Definição de direitos e meios de proteção. 3.3. Direitos básicos do consumidor e seus desdobramentos. 3.4. Meios materiais e processuais de proteção. 3.5. A proteção ao mais fraco. 3.7. Vulnerabilidade. 3.8. Hipossuficiência

UNIDADE 4: 4.1. Relação jurídica de consumo: conceito e extensão. 4.2. Conceito básico e conceitos equiparativos de consumidor. 3.3. Conceito de fornecedor.

UNIDADE 5: PARTE ESPECIAL 5.1. Fundamentos e limites da responsabilidade civil do fornecedor. 5.2. O defeito do produto ou do serviço. 5.3. Causas de exclusão. 5.4. Risco do desenvolvimento.

UNIDADE 6: 6.1. Natureza jurídica e efeitos da publicidade e da oferta. 6.2. Publicidade, oferta e contratos. 6.3. Regras e espécies de publicidade. 6.4. Efeito vinculante da oferta.

PUCRS

Campus Central

Av. Ipiranga, 6681 – P. 11 – 8º andar

CEP: 90619-900

Fone: (51) 3320-3634 – Fax (51) 3320 – 3617

E-mail: direito@pucrs.br

www.pucrs.br/direito



DEPARTAMENTO DE DIREITO PRIVADO
CURSO: ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS
DISCIPLINA: **DIREITO INTRODUTÓRIO E DO CONSUMIDOR**
CODICRED: **24234-02**
VÁLIDO PARA TODOS OS CURRÍCULOS

UNIDADE 7: 7.1. Proteção contratual. 7.2. Disposições gerais sobre contratos. 7.3. Cláusulas abusivas. 7.4. Contratos de adesão.

UNIDADE 8: 8.1. Tutela processual coletiva. 8.2. Direitos difusos, coletivos em sentido estrito e individuais homogêneos. 8.3. Legitimação processual. 8.4. Ação coletiva de consumo e ação civil pública. 8.5. Coisa julgada.

VI. BIBLIOGRAFIA:

A - BÁSICA

ANDRADE, Ronaldo Alves de. Curso de Direito do Consumidor. Barueri. Manole. 2006.

GRINOVER, Ada Pellegrini et all. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado pelos Autores do Anteprojeto. 6ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1999.

LIMA MARQUES, Cláudia; BENJAMIN, Antônio H. V.; MIRAGEM, Bruno. Comentários ao Código de Defesa do Consumidor. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

B - COMPLEMENTAR

BESSA, Leonardo Rascoe. O Consumidor e seus Direitos. Ao Alcance de Todos. Brasília. Ed. Brasília Jurídica. 2004.

FILOMENO, José Geraldo Brito. Manual de Direitos do Consumidor. São Paulo. Atlas. 2005.

LIMA MARQUES, Cláudia. Contratos no Código de Defesa do Consumidor. O Novo Regime das Relações Contratuais. São Paulo. RT. 2006.

_____. Direitos do Consumidor Endividado. São Paulo. RT. 2006.

NUNES, Luiz Antonio Rizzatto. Comentários ao Código de Defesa do Consumidor. São Paulo. Saraiva. 2005.

PUCRS

Campus Central

Av. Ipiranga, 6681 – P. 11 – 8º andar

CEP: 90619-900

Fone: (51) 3320-3634 – Fax (51) 3320 – 3617

E-mail: direito@pucrs.br

www.pucrs.br/direito