

- Também serão considerados itens como pontualidade e assiduidade, assim como o grau de interesse e de participação demonstrados pelo acadêmico e percebidos pelo professor nos assuntos abordados em sala de aula, na resolução dos exercícios propostos e de seus esforços no aprimoramento de seu aprendizado.
- Os trabalhos, exercícios e estudos de caso serão disponibilizados com antecedência, os quais poderão ser realizados em sala de aula, disponibilizando-se o tempo necessário para realização, discussão e apresentação dos mesmos. Estes terão peso máximo de 50% do total da nota G1 ou G2, ou seja, no máximo 5,0.

Bibliografia básica

IUDÍCIBUS, Sérgio de et. al. **Contabilidade introdutória**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
MARION, José Carlos. **Contabilidade básica**. 10 ed. São Paulo: Atlas, 2009.
MARION, José Carlos. **Contabilidade empresarial**. 14 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

Bibliografia complementar

CORAL, Eliza; OGLIARI, André; ABREU, Aline França de. **Gestão Integrada da Inovação**. São Paulo: Atlas, 2008.
GRECO, Aluísio L.; AREND, Lauro R.; GÄRTNER, G. **Contabilidade: teoria e práticas básicas**. 2.ed. Porto Alegre: Saraiva, 2009.
PADOVEZE, Clóvis Luís. **Introdução à contabilidade : com abordagem para não-contadores : texto e exercícios**. São Paulo: Thomson Pioneira, 2006.
SÁ, Antônio Lopes de. **Fundamentos da contabilidade geral**. 3.ed. Curitiba: Juruá, 2008.
WARREN, Carl S.; PADOVEZE, Clóvis Luís; REEVE, James M.; DUCHAC, Jonathan E. **Fundamentos de contabilidade: princípios**. São Paulo: Cengage Learning, 2010.


Faculdade de Tecnologia
LA SALLE - Estrela
Rua Tiradentes, 401 - Centro
EP 95880-000 - ESTRELA/RS

CURSO: Administração, Processos Gerenciais, Recursos Humanos e Agronegócio

COMPONENTE CURRICULAR: FUNDAMENTOS DE GESTÃO

DOCENTE: CESAR MULLER

Semestre: 2018/1

Horário: 18h25min às 22horas

Carga horária: 80h.

Ementa

Introdução ao estudo da Administração. A profissão de Administrador. Habilidades e competências requeridas para Administrar. As funções administrativas. Definição e importância do Planejamento. Tipos de planejamento. Autoridade e poder; direção e liderança; Estruturas organizacionais. Controle: definição e significados. O processo de controle. Ferramentas e técnicas de controle

Objetivos

1. Descrever o mundo da administração, e suas adequações e exigências do mercado de trabalho.
2. Ilustrar uma visão ampla e criativa na área de planejamento.
3. Comparar as diversas definições e conceitos de planejamento em situações reais e hipotéticas do cotidiano administrativo.
4. Aplicar um conhecimento amplo sobre diferentes técnicas e controles da área de administrativa.

Unidades de Aprendizagem

- 1. Introdução ao Estudo da Administração.**
 - a. A profissão de Administrador;
 - b. Habilidades e competências requeridas para Administrar;
 - c. As funções administrativas.
- 2. Planejamento.**
 - a. Definição e Importância;
 - b. Tipologias de planejamento: PDCA, BSC e outros;
 - c. Planejamento, coordenação e controle.
- 3. Autoridade e Poder.**
 - a. Variáveis comportamentais e ambientais na organização.
- 4. Direção e Liderança.**
 - a. Comunicação e Tomada de decisões.
- 5. Estruturas organizacionais**
 - a. Conceitos e fundamentos;
 - b. Modelos de estruturas organizacionais.
- 6. Modelos de Gestão e Controle**
 - a. Definições e tipologias;
 - b. Processos, ferramentas e técnicas de controle e gestão.

Estratégias metodológicas

O desenvolvimento da disciplina dar-se-á mediante alguns dos procedimentos metodológicos como:

- 1) As aulas serão desenvolvidas de forma expositivo-dialogadas com a utilização de recursos audiovisuais, com proposição de atividades e exposições que propiciem a análise e síntese dos conhecimentos disponibiliza pelo professor ou acessados via leituras recomendadas;
- 2) Realização de seminários, trabalhos em grupo e individual, discussões em sala de aula.

RECURSOS AUDIOVISUAIS: Quadro, Projetor Multimídia e Filmes.

Atividades discentes Teóricas

- a) Atividades a serem realizadas individualmente (ou em grupos).
- b) Leitura, estudo e síntese pessoal de artigos propostos.
- c) Participação nas atividades presenciais.
- d) Preparação e apresentação dos conteúdos estudados em seminário de revisão.
- e) Trabalho de análise e de elaboração individuais e/ou em grupos.
- f) Palestras com convidados da área que atuam em empresas da região.



Atividades discentes práticas

Procedimentos e critérios de avaliação

A média para obter aprovação é 6 (seis), os acadêmicos que não conseguirem alcançar esta média, poderão solicitar prova de substituição de uma das notas dos blocos (no semestre – em cada disciplina – o acadêmico só poderá solicitar uma prova de substituição, no final do semestre, esta prova substituirá a menor nota).

Os instrumentos de avaliação, critérios e ponderações são expostos a seguir:

Instrumentos	Critérios	Ponderação
A) G1 Participação em aula	Participação e presença qualitativa em aula	10%
B) G1 Trabalhos em sala de aula	Trabalhos em grupo ou individual escrito e/ou com apresentação oral	30%
C) G1 Prova	Conhecimento; compreensão; aplicação e análise prática; capacidade de síntese e avaliação.	60%
G1 FINAL	SOMA DE 'A:C'	
D) G2 Participação em aula	Participação e presença qualitativa em aula	10%
E) G2 Trabalhos em sala de aula	Trabalhos em grupo ou individual escrito	40%
F)G2 Prova/ apresentação do trabalho	Conhecimento; compreensão; aplicação e análise prática; capacidade de síntese e avaliação.	50%
G2 FINAL	SOMA DE 'D:F'	
NOTA FINAL	MÉDIA entre G1 e G2	

OBSERVAÇÃO: Todos os trabalhos deverão se entregues dentro das **Normas para Trabalhos Acadêmicos**, disponíveis no site da Faculdade.

Bibliografia básica

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BERTERO, Carlos Osmar (Coord.). **Gestão empresarial: estratégias organizacionais**. São Paulo: Atlas, 2006.
MONTANA, Patrick J.; CHARNOV, Bruce H. **Administração**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.
TACHIZAWA, Takeshy; CRUZ JÚNIOR, João Benjamim da; ROCHA, José Antônio de Oliveira. **Gestão de negócios: visões e dimensões empresariais da organização**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012.
CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração**. 7. ed., rev. e atual. Rio de Janeiro: Elsevier: Campus, 2004.
HISRIC, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.
JOHNSTON, Robert; CLARK, Graham. **Administração de operações de serviço**. São Paulo: Atlas, 2002.
OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Estratégia empresarial & vantagem competitiva: como estabelecer, implementar e avaliar**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

Faculdade de Tecnologia
LA SALLE - Estrela
Rua Tiradentes, 401 - Centro
CEP 95880-000 - ESTRELA/RS

Rua Tiradentes, 401 | Estrela | RS
CEP 95880-000 | (51) 3720.2732
lasalle.edu.br/faculdadeestrela

CURSO: Administração

COMPONENTE CURRICULAR: Gestão de Marketing

DOCENTE: Sérgio Ricardo Sant'Anna

Semestre: 2018/2

Horário: 18h25min às 22horas

Carga horária: 80h

Ementa

Define a evolução do conhecimento em marketing, conceitos e características; identifica o sistema de informação em marketing; aborda os principais tipos e técnicas de pesquisa mercadológica; explica a temática ligada ao composto de marketing no que tange a dimensões de produto, promoção, preço e distribuição; aborda o composto de marketing para serviços; desenvolve temas contemporâneos na gestão do marketing.

Competências

- Reconhecer e definir problemas, equacionar soluções, pensar estrategicamente, introduzir modificações no processo produtivo, atuar preventivamente, transferir e generalizar conhecimentos e exercer, em diferentes graus de complexidade, o processo da tomada de decisão;
- Desenvolver expressão e comunicação compatíveis com o exercício profissional, inclusive nos processos de negociação e nas comunicações interpessoais ou intergrupais;
- Desenvolver raciocínio lógico, crítico e analítico para operar com valores e formulações matemáticas presentes nas relações formais e causais entre fenômenos produtivos, administrativos e de controle, bem assim expressando-se de modo crítico e criativo diante dos diferentes contextos organizacionais e sociais;
- Trabalhar em equipes multi e interdisciplinares na antecipação de cenários, exploração de oportunidades e no desenho de soluções aos problemas sociais, ambientais e profissionais de forma colaborativa e cooperativa.
- Ter iniciativa, criatividade, determinação, vontade política e administrativa, vontade de aprender, abertura às mudanças e consciência da qualidade e das implicações éticas do seu exercício profissional;

Unidades de Aprendizagem

Conceitos de marketing e a evolução do consumo no Brasil, da segunda metade do Século XX aos dias de hoje. Processo de marketing e sua contribuição para a qualidade de vida do consumidor. Pesquisa de marketing e informações estratégicas. Construção de marcas (*branding*). 4As do Marketing: Análise, Adaptação, Ativação e Avaliação. Composto de marketing e sua relação com Produto, Preço, Praça/Pontos de Venda, Promoção, Pessoas, Processos e Percepção (7Ps). Marketing de Serviços. Segmentação. Diferenciação. Ciclo de Vida do Produto e Matriz BCG. Comunicação de valor ao cliente. Estratégias de Marketing a partir do estudo das forças ambientais. Marketing Digital. Plano de Marketing.

Estratégias metodológicas

Compartilhamento de conteúdo e estímulo à pesquisa, identificação de problemas e entrega de soluções. Proposição de vivências individuais e em grupo, objetivando superação de desafios e exercício de expressão oral. Estudo sequenciado das etapas e variáveis que impactam a construção do projeto final. Discussão e elaboração do objeto. Socialização.

Atividades discentes

Atividades de leitura, pesquisas na biblioteca e virtuais, trabalhos em grupo e individuais, práticas em laboratório e espaços externos, abrangendo a realização de observações, entrevistas, coleta de dados e outras atividades práticas, de acordo com a especificidade do componente curricular.

Procedimentos e critérios de avaliação

A avaliação dos acadêmicos será dividida em dois (2) períodos, com avaliações individuais e em grupo. Os períodos serão compostos, cada um, por: 4 Vivências e 1 Seminário

PONTUAÇÕES POR PERÍODO

Vivência – 1,0 ponto [x 4]

Considera: Assiduidade, participação em aula, resolução de exercícios e entrega de soluções.

Seminário – 6,0 pontos

Sendo considerados: Domínio de Conteúdo [4,0], Apresentação em PPT ou Prezi [1,0], Pesquisa [1,0].
Ao final do semestre, os resultados das avaliações dos dois períodos serão somados e divididos por dois,
gerando a avaliação final do acadêmico, que deverá ser igual ou superior a 6,0
para que este seja considerado aprovado.

Bibliografia básica

LAS CASAS, Alexandre L. **Administração de Marketing**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2019.
KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. **Administração de marketing**. 15.ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2018.
KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0: do tradicional ao digital**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

Bibliografia complementar

LAS CASAS, Alexandre L. (org.). **Marketing de Nichos**. São Paulo: Atlas, 2019.
KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 15. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.
KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. **Marketing essencial: conceitos, estratégias e casos**. 5.ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2013.
TURCHI, Sandra R. **Estratégias de marketing digital e e-commerce**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2019.

Faculdade de Tecnologia
LA SALLE - Estrela
Rua Tiradentes, 401 - Centro
CEP 95880-000 - ESTRELA/RS

CURSO: ADMINISTRAÇÃO (Bacharelado), AGRONEGÓCIO, PROCESSOS GERENCIAIS, RECURSOS HUMANOS

COMPONENTE CURRICULAR: DOCENTE: Gestão de Pessoas

Docente: Prof. Esp. Vainder Melo

Semestre: 2018/1

Horário: 18h25min às 22horas

Carga horária: 80h

Ementa

Conceito de Gestão Pessoas – Abordagem dos Direitos Humanos – Estrutura Organizacional – Subsistemas de Gestão de Pessoas – Equidade de Gênero e Raça no Local de Trabalho – Saúde e Segurança do Trabalho e Meio Ambiente.

OBJETIVOS

1. Compreender o significado e a abrangência da gestão de pessoas na administração moderna.
2. Identificar a aplicação prática dos diversos elementos que constituem a gestão de pessoas na administração moderna.
3. Compor as melhores táticas para a compreensão das ferramentas utilizadas na Gestão de Pessoas.

Unidades de Aprendizagem

1. CONCEITO DE GESTÃO PESSOAS E ABORDAGEM DOS DIREITOS HUMANOS
2. ESTRUTURA ORGANIZACIONAL
3. SUBSISTEMAS DE GESTÃO DE PESSOAS:
 - RECRUTAMENTO E SELEÇÃO
 - CARGOS E SALÁRIOS
 - REMUNERAÇÃO
 - BENEFÍCIOS
 - AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO
 - PLANO DE CARREIRA
4. EQUIDADE DE GÊNERO E RAÇA NO LOCAL DE TRABALHO
5. SAÚDE E SEGURANÇA DO TRABALHO E MEIO AMBIENTE

Estratégias metodológicas

O desenvolvimento da disciplina dar-se-á mediante alguns dos procedimentos metodológicos como:

- 1) As aulas serão desenvolvidas de forma expositivo-dialogadas com a utilização de recursos audiovisuais, com proposição de atividades e exposições que propiciem a análise e síntese dos conhecimentos disponibiliza pelo professor ou acessados via leituras recomendadas;
 - 2) Realização de seminários, trabalhos em grupo e individual, discussões em sala de aula.
- RECURSOS AUDIOVISUAIS: Quadro, Projetor Multimídia e Filmes.

Atividades discentes (Teóricas)

- a) Atividades semanais ou quinzenais, a serem realizadas individualmente (ou em grupos).
- b) Leitura, estudo e síntese pessoal de artigos propostos.
- c) Participação nas atividades presenciais.
- d) Práticas de gestão de pessoas em situações reais ou simuladas.
- e) Preparação e apresentação dos conteúdos estudados em seminário de revisão.
- f) Trabalho de análise e de elaboração individuais e/ou em grupos.
- g) Palestras com convidados da área que atuam em empresas da região.

Atividades de extensão

Procedimentos e critérios de avaliação

PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO		
G1 Prova	- Conhecimento; compreensão; aplicação e análise prática; capacidade de síntese e avaliação.	80%
G2 Trabalhos em sala de aula	Trabalhos em grupo ou individual escrito e/ou com apresentação oral	20%
G2 Prova	- Conhecimento; compreensão; aplicação e análise prática; capacidade de síntese e avaliação.	70%
G2 Trabalho em grupo de até 5 – escrito e oral	- Referências bibliográficas; criatividade; rigor acadêmico / pontualidade; apresentação.	30%
G2 FINAL	SOMA “trabalhos e G2”	
NOTA FINAL	MÉDIA entre G1 e G2	

OBSERVAÇÕES:

- 1- A média para obter aprovação é 6 (seis), os alunos que não conseguirem alcançarem esta média, poderão solicitar prova de substituição de uma das notas dos blocos (no semestre – em cada disciplina – o aluno só poderá solicitar uma prova de substituição, no final do semestre, esta prova substituirá a menor nota).
- 2- “Todos os trabalhos deverão se entregues dentro das **Normas para Trabalhos Acadêmicos**, disponíveis no site da Faculdade”.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas**. 3ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

GIL, Antonio Carlos. **Gestão de Pessoas: Enfoque nos Papéis Profissionais**. 1. ed. -11 reimpr.- São Paulo: Atlas, 2011

VERGARA, Sylvia Constant. **Gestão de Pessoas**. 9. ed. – São Paulo: Atlas, 2010

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ANTONELLI, Marcelino Tânia Suely. **Direitos Humanos, Ética, Trabalho e Educação**.

Coleção Conhecimento e Vida. São Paulo: Icone Editora.2014.

LACOMBE, Francisco. **Recursos Humanos: Princípios e Tendências**. São Paulo: Saraiva, 2008.

DESSLER, Gary. **Administração de Recursos Humanos**. 2. ed. São Paulo: Pearson, 2003.

IVANCEVICH, John M. **Gestão de Recursos Humanos**. 10. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2008.

PIMENTA, Maria Alzira. **Gestão de Pessoas em Turismo: sustentabilidade, qualidade e comunicação**. 2. ed. Campinas, SP: Alínea, 2006



Faculdade de Tecnologia
LA SALLE - Estrela
Rua Tiradentes, 401 - Centro
CEP 95880-000 - ESTRELA/RS

CURSO: ADMINISTRAÇÃO

COMPONENTE CURRICULAR: Gestão de Vendas

DOCENTE: Ms. Cesar Müller

Semestre: 2018/2

Horário: 18h25min às 22horas

Carga horária: 80h

Ementa

Aborda o papel estratégico das vendas; analisa a estruturação da gestão da força de vendas e sua coordenação com as demais áreas; estuda o conceito de potencial e previsão de vendas, o zoneamento/território, os sistemas de remuneração e incentivos, a definição de quotas de vendas e os sistemas de controle de equipes comerciais; discorre sobre o comportamento do cliente e os serviços de pós-venda, o gerenciamento de políticas de relacionamento dos clientes; apresenta as tendências do varejo e do e-commerce e as estratégias de marketing no varejo on-line; reflete sobre a ética em vendas e a gestão de vendas na contemporaneidade.

Competências

- Pensar estrategicamente os processos organizacionais para a gestão adequada dos negócios, visando a assertiva tomada de decisão em diferentes graus de complexidade.
- Identificar e definir problemas, equacionar soluções e introduzir modificações nos processos de gestão das organizações.
- Comunicar-se e expressar-se de maneira clara e assertiva com vistas a permitir o exercício profissional, nos processos de negociação e nas comunicações interpessoais ou inter grupais.

Unidades de Aprendizagem

1. Administração de Vendas
2. Estratégia de Vendas;
3. Análise de mercado;
4. Planejamento e Gestão de Força de Vendas;
5. Organização de Vendas;
6. Análise da Concorrência em Vendas e benchmarking ;
7. Planos de Remuneração;
8. Administração de Clientes e Tecnologia da Informação;
9. Mercado Varejista conceitos e tendências.
- 10. Gestão de vendas na contemporaneidade.**

Estratégias metodológicas

São adotadas diferentes metodologias e estratégias de ensino, com ênfase naquelas centradas no acadêmico como sujeito de aprendizagem e apoiadas no professor como facilitador e mediador do processo, com vistas à formação integral e adequada do estudante, articulando ensino, pesquisa e extensão.

O uso de metodologias ativas visa desenvolver a capacidade do estudante de aprender a aprender, por meio de: incentivo ao protagonismo do discente; valorização de aprendizagens, experiências e conhecimentos prévios; atividades interativas e colaborativas; contextualização e problematização do ensino.

Nesse sentido, apontam-se algumas das estratégias de ensino que serão adotadas: aprendizagem baseada em problemas, aprendizagem entre pares (*Peer Instruction*), aprendizagem em equipes, estudos de caso, aprendizagem colaborativa, aulas expositivo-dialogadas, leitura e discussão de textos, seminários, trabalhos individuais e em grupos, realização de pesquisas, atividades práticas em diferentes cenários.

Atividades discentes

Preleções e aula expositivas; Atividades práticas supervisionadas, tais como laboratórios, atividades em biblioteca, iniciação científica, trabalhos individuais e em grupo e práticas de ensino.

Atividades de extensão

NSA – Não se aplica.



Procedimentos e critérios de avaliação

A avaliação da aprendizagem é concebida como parte essencial e integrante do processo de ensino e de aprendizagem e envolve procedimentos sistemáticos e cumulativos de apuração do desempenho manifestado pelo acadêmico em relação a conhecimentos, habilidades e atitudes.

G1 – participação de todos nos estudos de caso realizados em grupo com aprofundamento teórico. Trabalho escrito e com apresentação oral. Peso: dez (10)

G2 – relatório de visita técnica, com aprofundamento teórico e sugestão de melhoria na Gestão da área de Serviços. Trabalho escrito, conhecimento; compreensão; aplicação e análise prática; capacidade de síntese e avaliação. Peso: dez (10)

A média para aprovação é 6,0.

Bibliografia básica

CASTRO, Luciano Thomé; NEVES, Marcos Fava; CÔNSOLI, Matheus Alberto. **Administração de Vendas: planejamento, estratégia e gestão**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2005.

COBRA, Marcos. **Administração de vendas**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MOREIRA, Julio. **Administração de vendas**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

Bibliografia complementar

LAS CASAS, Alexandre. **Administração de vendas**. 8 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

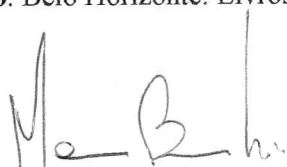
KOTLER, Phillip. **Administração de marketing**. São Paulo: Atlas, 2006.

SOLARI, Victor de Leon. **Manual de vendas e mercado**. Belo Horizonte: Livros do Brasil, 2012.

Gracioso, Francisco. **Marketing estratégico orientado para o mercado**, 6 ed. São Paulo: Atlas, 2009

Churchill, Gilberto A. **Marketing: criando valor para os clientes**, São Paulo, Saraiva, 2000.

SOLARI, Victor de Leon. **Manual de vendas e mercado**. Belo Horizonte: Livros do Brasil, 2012.


Faculdade de Tecnologia
LA SALLE - Estrela
Rua Tiradentes, 401 - Centro
CEP 95880-000 - ESTRELA/RS

CURSO: Bacharelado em Administração, Ciências Contábeis, Gestão do Agronegócio
COMPONENTE CURRICULAR: Gestão Estratégica e Vantagem Competitiva
DOCENTE: Ms. Marciano Bruch
Semestre: 2019/2 **Horário: 18h25min às 22horas** **Carga horária: 80h**

Ementa

Ementa: Definição de Mercado, capacidade do Mercado; Nicho e segmentação, concorrente e concorrência, sistema de informação, Conceitos de Estratégia, Estratégia Corporativa, Vantagem Competitiva – Prioridades competitivas. Estratégias Competitivas, Estratégia de Produção, Estratégia Financeira. Estratégia de Marketing. Formulação de um Planejamento Estratégico.

Competências

Reconhecer e definir problemas, equacionar soluções, pensar estrategicamente, introduzir modificações no processo produtivo, atuar preventivamente, transferir e generalizar conhecimentos e exercer, em diferentes graus de complexidade, o processo da tomada de decisão;
Desenvolver expressão e comunicação compatíveis com o exercício profissional, inclusive nos processos de negociação e nas comunicações interpessoais ou intergrupais;
Ter iniciativa, criatividade, determinação, vontade política e administrativa, vontade de aprender, abertura às mudanças e consciência da qualidade e das implicações éticas do seu exercício profissional;
Desenvolver capacidade de transferir conhecimentos da vida e da experiência cotidianas para o ambiente de trabalho e do seu campo de atuação profissional, em diferentes modelos organizacionais, revelando-se profissional adaptável;
Desenvolver capacidade para elaborar, implementar e consolidar projetos em organizações;

Conteúdos de Aprendizagem

1. Definição de mercado; 2. Macro e microambientes em Marketing, 3. Amplitude de mercado; 4. Capacidade do mercado; 5. Nicho e segmentação; 6. Concorrência, 7. Sistema de Informação; 8 Estratégias; 9 – Estratégia Corporativa; 10 – Vantagem Competitiva – Prioridades Competitivas; 11 – Estratégias Competitivas; 12 – Estratégia de Produção; 13 – Estratégia Financeira; 14 – Estratégia de Marketing; 15 – Planejamento Estratégico.

Estratégias metodológicas

O desenvolvimento do componente curricular dar-se-á mediante os procedimentos metodológicos:

Criação de Situação Problemas voltados para a área de Projetos
Estudos de Caso em Grupos
Realização de Seminários e Discussões
Estudo colaborativo usando os recursos do Google Drive

Atividades discentes

Leituras, pesquisa na internet, debates, trocas de ideias, exercícios e atividades.
Análise de estudo de casos, exercícios pertinentes aos assuntos tratados, trabalhos em grupo, apresentações dos trabalhos.

Atividades de extensão

Desenvolver um trabalho em grupo de no máximo 3 alunos de um Projeto pré estabelecido com o Professor durante o Semestre, envolvendo uma Empresa de conhecimento de algum acadêmico.

Procedimentos e critérios de avaliação

A avaliação será composta de dois (2) blocos de notas (G1 e G2)



A média para obter aprovação é 6 (seis), os acadêmicos que não conseguirem alcançar esta média, poderão solicitar a avaliação de substituição de uma das notas dos blocos (no semestre – o acadêmico só poderá solicitar uma substituição, no final do semestre para substituir a menor nota).

Os instrumentos de avaliação, critérios e ponderações são expostos a seguir:

Instrumentos	Crítérios	Ponderação
A) G1 - Participação	- Participação em aulas teórica. - Assiduidade	20%
B) G1 Trabalho em dupla ou individual	-Referências bibliográficas; criatividade; rigor acadêmico / pontualidade; apresentação.	40%
C) G1 – Estudos de Caso	- Conhecimento; compreensão; aplicação e análise prática; capacidade de síntese e avaliação.	40%
G1 FINAL	SOMA DE 'A:C'	
D) G2 - Participação	- Participação em aulas teórica. - Assiduidade	20%
E) G2 Trabalho em dupla ou individual	-Referências bibliográficas; criatividade; rigor acadêmico / pontualidade; apresentação.	40%
F) G2 Estudos de Caso	-Conhecimento; compreensão; aplicação e análise prática; capacidade de síntese e avaliação.	40%
G2 FINAL	SOMA DE 'D:F'	
NOTA FINAL	MÉDIA entre G1 e G2	

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

AAKER, David A. **Administração estratégica de mercado**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2007.

BULGACOV, Sergio et al. **Administração estratégica: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2007.

DE KLUYVER, Cornelis A.; PEARCE, John A. **Estratégia: uma visão executiva**. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR


BARNEY, Jay B.; HESTERLY, William S. **Administração estratégica e vantagem competitiva**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CARVALHO, Marly Monteiro de; LAURINDO, Fernando José Barbin. **Estratégia competitiva: dos conceitos à implementação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

COSTA, Benny Kramer; ALMEIDA, Martinho Isnard Ribeiro de (Coord.). **Estratégia: aplicações setoriais e estudos de casos**. Curitiba: Juruá, 2007.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Administração estratégica na prática: a competitividade para administrar o futuro das empresas**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

PORTER, Michael E. **Estratégia competitiva**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier: Campus, 2004


Faculdade de tecnologia
LA SALLE - Estrela
Rua Tiradentes, 401 - Centro
CEP 95880-000 - ESTRELA/RS

CURSO: Gestão Financeira, Gestão Ambiental, Gestão em Recursos Humanos, Processos Gerenciais e Administração.

COMPONENTE CURRICULAR: LEITURA E PRODUÇÃO TEXTUAL

DOCENTE: Especialista Gisele da Gama Melo

Semestre: 2018/1

Horário: 18h25min às 22horas

Carga horária: 80h.

Ementa

Desenvolvimento de habilidades comunicativas, considerados os diferentes níveis de linguagem, contemplando aspectos fono-ortográficos, morfossintáticos e semântico-pragmáticos através da leitura, análise e produção de textos que contextualizem temáticas diversas, tais como: Educação Ambiental, Direito Humanos e Educação Étnico-racial e gênero, arte e gestão.

Objetivos

- Refletir sobre os textos que leem, escrevem, falam ou ouvem, intuindo, de forma contextualizada, a gramática da língua, as características de cada gênero e tipo de texto, o efeito das condições de produção do discurso na construção do texto e no processo de produção de sentido;
- interagir oralmente e por escrito em função e a partir do grau de letramento que o aluno traz de suas práticas sociais;
- ler os variados gêneros textuais;
- identificar e relacionar as diferentes funções interlocutivas e intencionalidades discursivas;
- inferir informações implícitas e explícitas;
- relacionar informações explícitas e implícitas;
- produzir textos orais e/ou escritos de diferentes tipos e gêneros, para diferentes interlocutores, em diferentes situações discursivas e variadas condições de produção;
- fazer uso da língua oral e escrita em situações discursivas diversificadas em que haja motivação e objetivo para ler, ouvir, produzir textos de diferentes tipos e gêneros;
- analisar os diferentes fatores de textualidade

Unidades de Aprendizagem

- Refletir sobre os textos que leem, escrevem, falam ou ouvem, intuindo, de forma contextualizada, a gramática da língua, as características de cada gênero e tipo de texto, o efeito das condições de produção do discurso na construção do texto e no processo de produção de sentido;
- interagir oralmente e por escrito em função e a partir do grau de letramento que o aluno traz de suas práticas sociais;
- ler os variados gêneros textuais;
- identificar e relacionar as diferentes funções interlocutivas e intencionalidades discursivas;
- inferir informações implícitas e explícitas;
- relacionar informações explícitas e implícitas;
- produzir textos orais e/ou escritos de diferentes tipos e gêneros, para diferentes interlocutores, em diferentes situações discursivas e variadas condições de produção;
- fazer uso da língua oral e escrita em situações discursivas diversificadas em que haja motivação e objetivo para ler, ouvir, produzir textos de diferentes tipos e gêneros;
- analisar os diferentes fatores de textualidade

Estratégias metodológicas

O desenvolvimento da disciplina dar-se-á mediante alguns dos procedimentos metodológicos como:

- As aulas serão desenvolvidas de forma expositivo-dialogadas, com a utilização de recursos audiovisuais, com proposição de atividades e exposições que propiciem a análise e síntese dos conhecimentos disponibilizados pelo professor ou acessados via leituras recomendadas;
- Realização de produções e reconstruções textuais, seminários e debates em sala de aula.

Atividades discentes Teóricas

Leituras, pesquisas, debates, palestras e trocas de ideias.



Atividades discentes práticas

Análise e estudo de textos, exercícios pertinentes aos assuntos tratados, trabalhos individuais e em grupos.

Procedimentos e critérios de avaliação

A avaliação será composta de dois (2) blocos de notas:

A avaliação será composta de dois blocos de notas, G1 e G2, sendo feita a média aritmética para obtenção da nota do semestre. A média para obter aprovação é 6 (seis), os alunos que não conseguirem alcançarem esta média, poderão solicitar prova de substituição de uma das notas dos blocos (no semestre – em cada disciplina – o aluno só poderá solicitar uma prova de substituição, no final do semestre, esta prova substituirá a menor nota).

Os trabalhos deverão ser entregues dentro das “Normas para trabalhos acadêmicos”, disponíveis no site da Faculdade.

Instrumentos	Critérios	Ponderação
Avaliação Individual	Leitura, interpretação e produção de textos.	5,0
Produções Textuais	Escrita e reescrita Adequação à norma padrão Adequação à intencionalidade comunicativa	5,0*
Debates	Participação, adequação Clareza nas exposições	5,0*
*As produções textuais e debates serão somados e divididos compondo a nota do G1. No G2, ocorrerá o mesmo.		

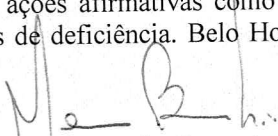
Bibliografia básica

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ABURRE, Maria Luiza, et al. **Português-contexto, interlocução e sentido**. São Paulo: Moderna, 2008.
FAVERO, Leonor Lopes. **Coesão e coerência textuais**. 11.ed. São Paulo
KLEIMAN, Angela. **Oficina de leitura: teoria e prática**. Campinas SP: Pontes, 2012.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CUNHA, Celso Cintra Lindley. **Nova gramática do Português Contemporâneo**. 5.ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.
GARCIA, Othon Moacyr. **Comunicação em prosa moderna: aprenda a escrever, aprendendo a pensar**. 16ª ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006.
KOCH, Ingedore Vilaça & TRAVAGLIA, Luiz Carlos. **Texto e coerência**. 11ed. São Paulo : Cortez, 2007
_____; ELIAS, Vanda Maria. **Ler e compreender: os sentidos do texto**. 3 ed. São Paulo: Contexto, 2009.
CRUZ, Álvaro Ricardo de Souza. **O Direito à Diferença: as ações afirmativas como mecanismo de inclusão social de mulheres, negros, homossexuais e portadores de deficiência**. Belo Horizonte: Arraes Editores, 2009.


Faculdade de Tecnologia
LA SALLE - Estrela
Rua Tiradentes, 401 - Centro
CEP 95880-000 - ESTRELA/RS

CURSO: Curso Superior de Administração (Bacharel)

COMPONENTE CURRICULAR: Matemática Comercial e Financeira

DOCENTE: Marciane Blume Inamine

Semestre: 2019/1 **Horário:** 18h25min às 22horas **Carga horária:** 80h

Ementa

Define fluxo de caixa e suas aplicações no mercado financeiro; estuda os sistemas de capitalização simples e composto, destacando o cálculo de juro e desconto nas operações financeiras; desenvolve os sistemas de amortização utilizados como forma de pagamento ou aplicação financeira; apresenta noções de uso das calculadoras como ferramenta para tomada de decisões em problemas aplicados à área de Gestão e Negócios.

Competências

- Reconhecer e definir problemas, equacionar soluções, pensar estrategicamente, introduzir modificações no processo produtivo, atuar preventivamente, transferir e generalizar conhecimentos e exercer, em diferentes graus de complexidade, o processo da tomada de decisão;

- desenvolver raciocínio lógico, crítico e analítico para operar com valores e formulações matemáticas presentes nas relações formais e causais entre fenômenos produtivos, administrativos e de controle, bem assim expressando-se de modo crítico e criativo diante dos diferentes contextos organizacionais e sociais;

- ter iniciativa, criatividade, determinação, vontade política e administrativa, vontade de aprender, abertura às mudanças e consciência da qualidade e das implicações éticas do seu exercício profissional;

- desenvolver capacidade de transferir conhecimentos da vida e da experiência cotidianas para o ambiente de trabalho e do seu campo de atuação profissional, em diferentes modelos organizacionais, revelando-se profissional adaptável.

Unidades de Aprendizagem

- Fluxo de caixa e suas aplicações no mercado financeiro;
- Sistemas de capitalização simples e composto,
- Cálculo de juro e desconto nas operações financeiras;
- Sistemas de amortização utilizados como forma de pagamento ou aplicação financeira;
- Noções de uso das calculadoras como ferramenta para tomada de decisões em problemas aplicados à área de Gestão e Negócios.

Estratégias metodológicas

Serão adotadas diferentes metodologias e estratégias de ensino, com ênfase naquelas centradas no acadêmico como sujeito de aprendizagem e apoiadas no professor como facilitador e mediador do processo. O desenvolvimento do componente curricular dar-se-á mediante os seguintes procedimentos metodológicos:

- Metodologias ativas: aprendizagem baseada em problemas, aprendizagem entre pares (*Peer Instruction*), aprendizagem em equipes, estudos de caso, projetos integradores, aprendizagem colaborativa, aulas expositivo-dialogadas, leitura e discussão de textos, sala de aula invertida, seminários, trabalhos individuais e em grupos, realização de pesquisas, atividades práticas em laboratórios e/ou outros cenários de prática, dentre outras propostas que privilegiam a participação ativa no processo ensino-aprendizagem e a interação entre os acadêmicos e o professor, bem como o estabelecimento de relações entre teoria e prática, a multi e a interdisciplinaridade.

Atividades discentes

Preleções de aulas expositivas;

Atividades práticas supervisionadas (oficinas), tais como laboratórios, atividades em biblioteca, iniciação científica, trabalhos individuais e em grupo.

Atividades de extensão

A curricularização da extensão permite ampliar a relação dialógica do curso de Administração com a sociedade por meio da troca de conhecimentos e do contato com questões reais presentes no contexto social atual. Desse modo, contribui para a formação integral, cidadã e profissional dos futuros administradores, ampliando a articulação entre teoria e prática ao longo do percurso formativo.

Será realizada pelos acadêmicos do componente curricular uma atividade de oficina para os acadêmicos de outros cursos da Faculdade La Salle, explorando o uso da calculadora HP-12C com atividades financeiras da empresa.

Procedimentos e critérios de avaliação

A avaliação de aprendizagem é concentrada como parte essencial e integrante do processo de ensino e de aprendizagem e envolve procedimentos sistemáticos e cumulativos de apuração do desempenho manifestado pelo acadêmico em relação a conhecimentos, habilidades e atitudes.

G1- participação de todos nos estudos de caso com situações problemas realizados em grupo com aprofundamento teórico. Peso: dez (10)

G2- Elaboração da oficina e relatório da atividade de extensão com aprofundamento teórico e apresentação em forma de seminário. Peso: dez (10).

A nota média para aprovação é seis (6,0).

Bibliografia básica

BRAGA, Roberto. **Fundamentos e Técnicas de Administração Financeira**. 10. ed/15. reimp. São Paulo: Atlas, 2007.

CRESPO, Antônio Arnot. **Matemática financeira fácil**. 14. ed. atual. São Paulo: Saraiva, 2009.

SOUZA, Alceu. CLEMENTE, Ademir. **Decisões financeiras e análise de investimentos: fundamentos, técnicas e aplicações**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

Bibliografia complementar

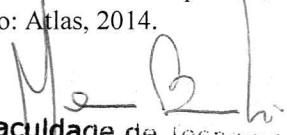
CASAROTTO FL., Nelson. KOPITTKE, Bruno Hartmut. **Análise de investimentos: matemática financeira, engenharia econômica, tomada de decisão, estratégia empresarial**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

SAMANEZ, Carlos. **Matemática financeira: aplicações à análise de investimentos**. 4. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

SILVA, André Luiz Carvalhal da. **Matemática financeira aplicada**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

BRUNI, Adriano Leal. **A administração de custos, preços e lucros**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

HOJI, Masakazu. **Administração financeira e orçamentária: matemática financeira aplicada, estratégias financeiras, orçamento empresarial**. 11. ed., atual. São Paulo: Atlas, 2014.


Faculdade de tecnologia
LA SALLE - Estrela
Rua Tiradentes, 401 - Centro
CEP 95880-000 - ESTRELA/RS