

Aprova a criação e autoriza o funcionamento do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial

O Reitor do Centro Universitário UNIVATES, no uso de suas atribuições estatutárias, com base no art. 2º do Decreto nº 5.786, de 24 de maio de 2006, que dispõe sobre os centros universitários e dá outras providências; no parecer técnico do Núcleo de Apoio Pedagógico – NAP/Univates nº 004/2008; e na decisão do Conselho Universitário – CONSUN, de 26/08/2008 (Ata 09/2008),

**RESOLVE:**

**Art. 1º** Aprovar a criação e autorizar o funcionamento do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, lotado no Centro de Gestão Organizacional – CGO do Centro Universitário UNIVATES, com 100 (cem) vagas totais anuais, funcionamento em turno noturno e carga horária total de 1.620 (um mil, seiscentas e vinte) horas.

**Parágrafo único.** O Projeto Pedagógico do Curso segue em anexo, devidamente rubricado.

**Art. 2º** A presente Resolução vigora a partir da data de sua assinatura, revogadas as disposições em contrário.

Ney José Lazzari  
Reitor do Centro Universitário  
UNIVATES

**CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIVATES**



**CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA  
EM GESTÃO COMERCIAL**

**PROJETO PEDAGÓGICO**

Lajeado, agosto de 2008.

## **DADOS DE IDENTIFICAÇÃO**

### **Entidade mantenedora**

Fundação Vale do Taquari de Educação e Desenvolvimento Social - FUVATES

Endereço: Rua Avelino Tallini, 171

Bairro Universitário

Caixa Postal 155

95900-000 Lajeado - RS

Telefone: (51) 3714-7000 - Fax: (51) 3714-7001

E-mail: [campus@univates.br](mailto:campus@univates.br) - Home-page: [www.univates.br](http://www.univates.br)

Nº Cadastro no CEED: 106

### **Estabelecimento de Ensino**

Centro Universitário UNIVATES

Endereço: Rua Avelino Tallini, 171

Bairro Universitário

Caixa Postal 155

95900-000 Lajeado - RS

Telefone: (51) 3714-7000 - Fax: (51) 3714-7001

E-mail: [campus@univates.br](mailto:campus@univates.br)

### **Dependência administrativa**

Particular

### **Natureza do Ato Legal relativo ao estabelecimento de ensino**

Centro Universitário UNIVATES

Decreto de 1º de julho de 1999 da Presidência da República, D.O.U 02/07/99

Portaria nº 3609, de 08/11/04, que recredencia a Instituição.

**Reitoria do Centro Universitário UNIVATES**

**Reitor**

Prof. Ney José Lazzari

**Pró-Reitor Administrativo**

Prof. Oto Roberto Möerschbaecher

**Pró-Reitor de Ensino**

Prof. Carlos Candido da Silva Cyrne

**Pró-Reitora de Pesquisa e Extensão**

Profa. Simone Stülp

**Pró-Reitor de Desenvolvimento Institucional**

Prof. João Carlos Britto

## SUMÁRIO

1	CONCEPÇÃO DO CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIVATES.....	9
1.1	Missão do Centro Universitário UNIVATES.....	9
1.2	Objetivos.....	9
1.3	Princípios filosóficos.....	10
2	INFORMAÇÕES GERAIS.....	11
2.1	Denominação do curso.....	11
2.2	Nível do Curso.....	11
2.3	Início de funcionamento.....	11
3	JUSTIFICATIVA.....	12
4	REFERENCIAIS NORTEADORES DO CURSO.....	14
4.1	Concepção do Curso.....	14
5	OBJETIVOS.....	18
6	PERFIL PROFISSIONAL.....	19
6.1	Competências e habilidades.....	20
7	ORGANIZAÇÃO ACADÊMICO-ADMINISTRATIVA DO CURSO.....	22
7.1	Regime Escolar e Modalidade de Funcionamento.....	22
7.2	Local e turno de funcionamento.....	22
7.3	Processo de seleção e ingresso.....	22
7.4	Vagas anuais.....	22
7.5	Dimensão das turmas.....	22
7.6	Duração do Curso e período de integralização.....	23
7.7	Aproveitamento de estudos.....	23
7.8	Certificado/Diploma/Histórico Escolar.....	23
8	ORGANIZAÇÃO E DESENVOLVIMENTO CURRICULAR.....	24
8.1	Organização e estruturação curricular.....	24
8.2	Fluxograma do curso.....	26
8.3	Matriz Curricular.....	26
9	CONCEPÇÃO METODOLÓGICA.....	28
10	PROCESSO DE AVALIAÇÃO.....	29
10.1	Avaliação da Aprendizagem.....	29
10.2	Avaliação do Curso.....	30
10.3	Avaliação Institucional.....	31
11	APOIO E ACOMPANHAMENTO AO DISCENTE.....	32
11.1	Informações Acadêmicas: Manual do curso.....	32
11.2	Orientação à matrícula.....	32
11.3	Apoio pedagógico e psicopedagógico.....	32
11.4	Apoio psicológico.....	33

11.5	Atendimento individual ou em grupo.....	33
11.6	Participação de estudantes em eventos e intercâmbio.....	33
11.7	Intercâmbio e Parcerias Internacionais.....	33
11.8	Serviço de Ambulatório de Saúde.....	34
11.9	Ambulatório de Fisioterapia.....	34
11.10	Ambulatório de Nutrição.....	34
11.11	Serviço fonoaudiológico.....	35
11.12	Controle acadêmico.....	35
11.13	Ouvidoria UNIVATES.....	35
11.14	Crédito estudantil.....	35
11.15	Bolsas de trabalho e de iniciação científica.....	36
11.16	Programa de Integração de Estágio (PIE/BIC).....	36
11.17	Balcão de Empregos UNIVATES.....	36
11.18	Outras atividades voltadas ao aluno.....	37
11.19	Acompanhamento de egressos.....	37
12	EMENTAS E BIBLIOGRAFIA.....	38
13	CORPO DOCENTE.....	60
14	INFRA-ESTRUTURA DO CURSO.....	68
14.1	Infra-estrutura física, recursos materiais.....	68
14.2	Infra-estrutura de acessibilidade às pessoas portadoras de necessidades especiais.....	68
14.3	Biblioteca.....	69
14.3.1	Área física.....	69
14.3.2	Acervo e usuários.....	69
14.3.3	Serviços.....	70
14.3.4	Resumo do acervo bibliográfico.....	71
14.4	Infra-estrutura de Informática.....	73
15	ANEXO.....	83
15.1	Processo de elaboração do Projeto Pedagógico do Curso.....	83

## **TABELAS**

TABELA 1 - Resumo com titulação do corpo docente.....	66
TABELA 2 - Resumo com regime de trabalho do corpo docente.....	67

## QUADROS

QUADRO 1 - Demonstrativo da integralização curricular.....	26
QUADRO 2 - Disciplinas com corpo docente atual e formação acadêmica.....	60
QUADRO 3 - Relação do corpo docente atual, titulação, regime de trabalho e procedência.....	62
QUADRO 4 - Relação do corpo docente atual com detalhamento da experiência profissional de ensino e experiência profissional na área profissional do curso.....	63
QUADRO 5 - Resumo da titulação e regime de trabalho do corpo docente.....	66
QUADRO 6 - Resumo do acervo bibliográfico.....	71
QUADRO 7 - Descrição do Laboratório de Informática do Prédio 01 - sala 117.....	73
QUADRO 8 - Descrição do Laboratório de Informática do Prédio 01 - sala 207.....	74
QUADRO 9 - Descrição do Laboratório de Informática do Prédio 04 - sala 104.....	75
QUADRO 10 - Descrição do Laboratório de Informática do Prédio 07 - sala 101.....	75
QUADRO 11 - Descrição do Laboratório de Informática do Prédio 07 - sala 102.....	76
QUADRO 12 - Descrição do Laboratório de Informática do Prédio 07 – Sala 103.....	76
QUADRO 13 - Descrição do Laboratório de Informática do Prédio 07 - sala 104.....	77
QUADRO 14 - Descrição do Laboratório de Informática do Prédio 07 - sala 105.....	77
QUADRO 15 - Descrição do Laboratório de Informática do Prédio 11 - sala 101.....	78
QUADRO 16 - Descrição do Laboratório de Informática do Prédio 11 - sala 403 (Lab. de Computação Gráfica).....	79
QUADRO 17 - Descrição do Laboratório de Informática do Prédio 11 - sala 413.....	79
QUADRO 18 - Descrição do Laboratório de Informática do Prédio 11 - sala 415.....	80
QUADRO 19 - Descrição do Laboratório de Informática do Prédio 12 - sala 307.....	80
QUADRO 20 - Descrição do Laboratório de Informática do Prédio 12 - sala 407.....	81
QUADRO 21 - Descrição do Laboratório de Informática - Campus Encantado.....	82

## **1 CONCEPÇÃO DO CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIVATES**

### **1.1 Missão do Centro Universitário UNIVATES**

Gerar, mediar e difundir o conhecimento técnico-científico e humanístico, considerando as especificidades e as necessidades da realidade regional, inseridas no contexto universal, com vistas à expansão contínua e equilibrada da qualidade de vida.

### **1.2 Objetivos**

Os objetivos da UNIVATES são os seguintes:

- formar profissionais e especialistas de nível superior em diferentes campos do conhecimento humano, prioritariamente em nível superior, cujo perfil associe a habilitação técnica e científica à formação humanística;
- ministrar cursos de formação nos diversos níveis de Ensino;
- oportunizar, no âmbito da vida acadêmica, a experiência da participação, da solidariedade e da busca de qualidade sempre crescente em todas as iniciativas;
- caracterizar o processo ensino-aprendizagem pela visão histórica, pela interdisciplinaridade e pelo empenho em formar cidadãos solidários, integrados no meio onde vivem e no seu tempo;
- estimular o pensamento inovador e a produção do saber;
- incentivar o trabalho de pesquisa e investigação científica, visando ao desenvolvimento da ciência e da tecnologia e à criação e difusão da cultura, e desse modo desenvolver o entendimento do homem e do meio em que vive;
- atuar nos diversos níveis de educação e ensino, em consonância com as expectativas da Mantenedora e com o projeto de universidade;
- contribuir para a solução de problemas regionais e nacionais, de natureza educacional, social, cultural, tecnológica e econômica, cooperando no processo rumo ao desenvolvimento que articula todos os setores e distribui democraticamente os resultados;
- incrementar e qualificar, em nível crescente e ininterrupto, as atividades de ensino, pesquisa e extensão e as relações com a comunidade, contribuindo para a formação e aperfeiçoamento contínuo das pessoas;
- promover intercâmbio científico e cultural com instituições universitárias e outras.

### **1.3 Princípios filosóficos**

Apoiada no princípio da PLURALIDADE, que busca UNIDADE sem prejuízo da INDIVIDUALIDADE do Ser Humano, a UNIVATES defende:

- liberdade e plena participação;
- postura crítica perpassada pela reflexão teórico-prática;
- concepção dialética do conhecimento e da construção de saberes e culturas;
- inovação permanente nas diferentes áreas da atividade humana;
- estímulo para a iniciativa individual e o desenvolvimento associativo e sustentável;
- interação construtiva e transparente entre a Universidade e a sociedade.

## **2 INFORMAÇÕES GERAIS**

### **2.1 Denominação do curso**

Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial.

### **2.2 Nível do Curso**

Curso superior de graduação tecnológica.

### **2.3 Início de funcionamento**

O curso tem início previsto para o semestre A/2009.

### **3 JUSTIFICATIVA**

Localizado geograficamente na região central do Estado do Rio Grande do Sul, o Vale do Taquari é formado por 37 municípios, situados às margens do Rio Taquari e seus afluentes, possui uma malha rodoviária que contribui para a integração intra-regional, facilitando o acesso a todo o Estado do Rio Grande do Sul, bem como demais estados do país e aos países do Mercosul. A presença de rodovias como a BR 386, RST 287, RS 129, RS 130, RS 425, BR 423, entre outras, permite fácil acesso a todos os municípios que compõem o Vale do Taquari, bem como, em função de sua localização central, permite o rápido deslocamento para todo o Estado do RS. Estas facilidades, entre outras, contribuíram ao longo do tempo para o desenvolvimento do Vale do Taquari.

O Vale do Taquari tem sua economia baseada na indústria, que movimenta cerca de 50% do PIB do Vale, seguida pelos serviços, pela agropecuária e pelo comércio. No setor industrial, merece destaque a agroindústria de alimentos formado por mais de 30 (trinta) diferentes tipos de atividades, sobressaindo-se a produção de proteína animal. De acordo com informações do Ministério do Trabalho e Emprego brasileiro, em 2006 existiam 8.684 estabelecimentos comerciais em atividade no Vale.

Em função do grande número de estabelecimentos comerciais, da localização privilegiada e da malha rodoviária, Lajeado tornou-se um centro de comércio e referência no desenvolvimento regional. Essa situação exige cada vez mais de profissionais qualificados, em especial, aqueles que no dia a dia fazem a comercialização dos produtos e dos serviços. Ao mesmo tempo em que isto ocorre, surge a oportunidade e a necessidade de a UNIVATES contribuir ainda mais para o desenvolvimento e aperfeiçoamento destas empresas através da criação de cursos voltados para essa área. Esses profissionais da comercialização (gerentes, supervisores, vendedores e representantes comerciais) nem sempre possuem o aprimoramento e a formação técnica necessária ao bom desenvolvimento de suas atividades. Normalmente a formação destes profissionais se dá por experiências adquiridas ao longo do tempo de trabalho junto aos seus clientes e empresas para as quais desempenhou suas atividades profissionais. Sendo assim, impõe-se a necessidade de nortear ou, então, complementar conhecimentos para melhor gestão da organização e/ou desempenho da atividade profissional na área comercial.

Assim, tendo em vista a necessidade de profissionais qualificados que possam contribuir para o processo de desenvolvimento da região, o Centro Universitário UNIVATES, pretende oferecer, entre outros cursos, o Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial. Baseado no potencial existente na região do Vale do Taquari e da economia resultante de diversas empresas manufactureiras, surge o curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, cuja finalidade básica é suprir a demanda das organizações por profissionais capazes de entender e viabilizar a comercialização de produtos e serviços, bem como gerenciar a área comercial de suas organizações.

O embasamento legal na elaboração do Projeto Pedagógico do curso se dá a partir da LDBEN lei nº 9.394/1996; Parecer CES. 436/2001; Parecer CNE/CP-Par. 29/2002; Resolução CNE/CPnº 3, de 18 de dezembro de 2002, contendo as Diretrizes Curriculares Nacionais para a educação profissional de nível tecnológico; Decreto 5773, de 9 de maio de 2006; Decreto nº 5786, de 24 de maio de 2006; e no Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia publicado pelo MEC em julho de 2006.

Da legislação vigente se depreende que os cursos de graduação tecnológica são vistos como uma forma de resposta do setor educacional às demandas da sociedade, superando uma visão tradicional de preparar as pessoas somente para um “saber fazer”, e passando a prepará-las para compreender o processo comercial de uma forma global, com a apreensão do saber tecnológico. Pode-se ainda deduzir que os referidos cursos devem ser capazes de atender às demandas pontuais que surgem a cada novo instante em virtude da dinamicidade do ambiente, bem como das novas tecnologias resultantes da evolução acelerada do conhecimento em suas diversas áreas.

O egresso de um curso superior de tecnologia deve estar apto a atuar em setores profissionais nos quais o uso de tecnologias seja um requisito básico, devendo esse profissional ser capaz de desenvolver de forma inovadora atividades na área para a qual foi formado, demonstrando um espírito empreendedor. Outras características desejadas desse profissional são o permanente desenvolvimento de aptidões para a vida produtiva; a capacidade de gerar novos conhecimentos, contribuindo assim para o desenvolvimento de novas e inovadoras aplicações no mundo do trabalho; e o exercício do pensamento reflexivo que lhe permita a autonomia intelectual, com condições de avaliar o impacto social, econômico e ambiental resultante dos processos produtivos nos quais atua.

## **4 REFERENCIAIS NORTEADORES DO CURSO**

### **4.1 Concepção do Curso**

A grande competitividade no mercado e a abundância de opções para as pessoas ou empresas adquirirem um produto ou serviço fizeram com que as atribuições da equipe de vendas, que outrora eram pouco valorizadas, assumissem importância estratégica dentro das organizações. Por muitos e muitos anos, tanto os vendedores quanto as pessoas da área comercial como um todo tiveram sua imagem atrelada à baixa profissionalização, a negociatas e, de certa forma, a um tipo de trabalho que era desempenhado por pessoas que passavam por diversas áreas dentro das organizações e não obtinham êxito. Sendo assim, para não “saírem” da empresa, eram “promovidas” para a área comercial onde normalmente passavam a desempenhar o papel de vendedor. Na mesma medida, profissionais dos mais variados segmentos e áreas que não prosperavam em suas funções, acabavam por abrir representações comerciais, pois o trabalho era visto como um “biscate” e não uma forma pensada e estruturada de trabalho. Por muitos anos, também a economia brasileira contribuiu para que este profissional sem muitas qualificações pudesse permanecer atuando no mercado. Tal situação só foi possível em função da grande inflação que existiu até o ano de 1994, época que entrou em vigor o Plano Real.

Certamente o ano de 1994 marca uma nova era para a economia brasileira, e para toda a sociedade. Um dos princípios básicos do Plano Real foi o de controlar a inflação, fato que ocorreu, e hoje colhem-se os frutos das medidas tomadas à época. A inflação com baixos índices passou a fazer parte da vida de todos, principalmente das empresas, que tiveram que fazer ajustes profundos, pois não era mais possível simplesmente repassar para a lista de preços de seus produtos e serviços os custos internos de sua ineficiência.

Também as pessoas não mais aceitavam mudanças de preços da noite para o dia, pois começavam a ter consciência do valor dos produtos e serviços, bem como de seu dinheiro. As empresas passaram, então, a ver e rever seus processos internos, a melhorar suas performances de produtividade, a investir em infra-estrutura, enfim, tudo o que envolvia a parte interna das empresas para, com isto, conquistar o cliente com produtos e serviços de maior valor agregado. Também o ano de 1990 marcou uma era de abertura da economia brasileira para o resto do mundo. Isto contribuiu, e muito, para que a indústria brasileira pudesse se inserir no mercado internacional, passando a ser foco de interesse de muitas organizações de outros países, no sentido de investirem aqui e competirem com as empresas até então somente de capital nacional. No mesmo ano, a lei de número 8031/90 instituiu o Programa Nacional de Desestatização que definitivamente abriu caminho para uma economia de mercado, com menor peso do Estado, com maior ênfase na produção e no livre comércio.

É a partir destes fatos que, de forma incisiva, tornou-se necessário e vital para as empresas profissionalizarem seus quadros funcionais, principalmente as áreas que lidam diretamente com o cliente, mais especificamente a área comercial como um todo, para com isto se diferenciar da concorrência. A globalização propiciou velocidade nas relações de forma nunca imaginada, tecnologias são descobertas e exportadas todos os dias, capitais mudam de mão e de país em segundos, produtos vão e vêm com grande facilidade e preços extremamente competitivos, enfim, tudo mudou e está ao alcance de todos.

Todas estas mudanças ocorreram num período de apenas dezessete anos e, de modo mais acentuado, nos últimos sete anos, devido à plenitude das relações com mercados internacionais e principalmente ao crescimento acentuado que nosso País está vivendo.

Com tudo isto, os consumidores passaram a ser mais exigentes, conscientes de seus direitos e sedentos por produtos e serviços que atendam aos seus anseios. Tal mudança e conscientização fez com que as empresas implantassem processos de qualidade mais rígidos e buscassem uma prestação de serviço afinada com os desejos do cliente, e dentro deste contexto, a área comercial das empresas desempenhou papel fundamental na relação de troca com os clientes. O mercado não aceita mais pessoas que simplesmente querem despejar seus produtos e serviços junto às organizações. Há a necessidade de cumplicidade, de busca de resultados compartilhados, de uma nova consciência das relações entre as empresas. Não basta mais simplesmente fazer o pedido, entregar a mercadoria ou prestar o serviço. A área comercial e mais especificamente os vendedores e representantes comerciais são elos de ligação e de ajuda ao cliente, têm que propiciar à empresa uma melhor parcela de lucros, uma conquista mais efetiva para seus clientes, isto é, têm que ser consultores do seu negócio e do negócio de seus clientes.

A necessidade por profissionais mais bem preparados, que saibam utilizar tecnologias, saibam gerir, controlar e, acima de tudo, que tenham a capacidade de compreender o negócio das organizações as quais prestam serviços, é condição básica no perfil do novo profissional da área comercial das organizações.

Como forma de contribuir para formação e atendimento dessa demanda, o Centro Universitário UNIVATES se propõe a ofertar um curso que permita a formação de um profissional capaz de interagir neste complexo conjunto de interesses. Para a formação desse profissional, a elaboração do projeto pedagógico do curso observou as determinações legais dos órgãos competentes, bem como as determinações internas da IES, como o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) e o Projeto Pedagógico Institucional (PPI), bem como as demandas do mercado de trabalho.

O profissional de Gestão Comercial, conforme o Catálogo Nacional dos Cursos Superiores de Tecnologia, volta-se à organização, atendendo as diversas formas de intervenção (varejo, atacado, representação, etc.) de qualquer setor. Como conhecedor das condições de viabilidade econômico-financeiro-tributária, dos instrumentos de relacionamento com o cliente e dos princípios da qualidade, o profissional atua no planejamento, operação, implementação e atualização de sistemas de

informações comerciais que proporcionem maior rentabilidade e flexibilidade ao processo de comercialização. Atua também no fluxo de informações com os clientes, proporcionando maior visibilidade institucional da empresa, definindo estratégias de venda de serviços e produtos e gerenciando a relação custo e preço final.

Para que se possa dar conta dessas atribuições, o Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial do Centro Universitário UNIVATES está estruturado em blocos, em conformidade ao disposto nos pareceres CES 436/2001 e CP 29/2002. Essa formatação pressupõe a existência de um conjunto de ações didático-pedagógicas que permitam ao aluno, na medida que vai avançando pelos núcleos propostos pelo curso, a construção de um conhecimento que lhe propicie o desenvolvimento de competências que assegurem o exercício de suas atividades nas etapas do gerenciamento junto à área comercial.

Assim, o projeto pedagógico do curso está estruturado em três núcleos que se constituem em unidades que, embora conduzam à certificação intermediária, estão integradas buscando formar um profissional capaz de entender e intervir na complexidade do gerenciamento da área comercial. Os núcleos estão constituídos por um conjunto de conteúdos e temas que possibilitam o entendimento, por parte dos alunos, dessa complexidade. Essa estruturação também permite ao aluno o acesso a uma certificação gradual que, ao final da integralização dos três núcleos previstos, o levam à obtenção do Diploma de Graduado de Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial.

Assim, a formatação dos núcleos tem como premissa, oferecer condições de habilitar o profissional na gestão comercial, tornando-o, ao término de cada núcleo, apto a desempenhar determinadas funções dentro do processo de gerenciamento da área comercial, como se pode observar no exposto a seguir:

Os núcleos têm como finalidade quanto à formação profissional:

**a) Núcleo I – Qualificação Profissional de Nível Tecnológico de Analista Assistente Comercial**

O aluno que cursar esse conjunto de disciplinas com aprovação fará jus à certificação em Analista Assistente Comercial que se caracteriza como o profissional responsável pela assistência aos controles e processos da área comercial.

**b) Núcleo II – Qualificação Profissional de Nível Tecnológico de Analista Supervisor Comercial**

Ao concluir o conjunto de disciplinas do segundo núcleo o aluno qualifica-se como Analista Supervisor Comercial apto como profissional de atuar em sistemas de controle e supervisão junto à equipe comercial.

**c) Núcleo III – Qualificação Profissional de Nível Tecnológico de Analista Gerente Comercial.**

Ao concluir os três núcleos previstos no curso o aluno obtém a qualificação de Analista Gerente Comercial que se caracteriza como o profissional encarregado da montagem, estruturação de equipes de trabalho e da definição de estratégias de atuação junto ao mercado recebendo o Diploma de Graduado (Tecnólogo) em Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial.

## **5 OBJETIVOS**

O Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial tem como objetivos:

- formar um profissional apto a atuar nos três níveis que compõem a área comercial nas organizações, como tecnólogo, assistente, supervisor e gerente. Esses profissionais poderão atuar na indústria, comércio ou na prestação de serviços com o intuito de melhorar os processos internos e externos da gestão comercial;
- qualificar os alunos visando a sua inserção no mundo do trabalho, pautando-se por referenciais éticos;
- formar profissionais com o grau de conhecimento demandado pelas empresas, contribuindo para melhor rentabilidade de suas operações.
- oferecer uma modalidade de ensino diferenciada em que a teoria e a prática caminham juntas;
- otimizar o desenvolvimento da capacidade empreendedora e de aprender continuamente;
- desenvolver competências profissionais tecnológicas, gerais e específicas;
- capacitar os alunos a compreender as inter-relações entre as diferentes atividades da área comercial dentro da organização;
- possibilitar visão estratégica e operacional da área comercial e a interação que esta deve proporcionar dentro da organização;
- oferecer condições de profissionalização em uma área que tem sido marcada pela falta de profissionais com visão de mercado e de boa formação.

## **6 PERFIL PROFISSIONAL**

O Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial propõe-se a formar um profissional com as seguintes características:

### **a) Núcleo I – Qualificação Profissional de Nível Tecnológico de Analista Assistente Comercial**

- domínio do conhecimento comercial nas áreas que compõem todo o processo, desde a busca de informações no mercado, avaliação, definição do modo de agir, formação de equipes de trabalho e tudo o que envolva a venda de produtos e serviços;
- compreensão dos processos de gestão de redes de distribuição e unidades logísticas;
- capacidade de trabalhar de forma interdisciplinar, ou seja, de relacionar a sua área com as demais.

### **b) Núcleo II – Qualificação Profissional de Nível Tecnológico de Analista Supervisor Comercial**

- domínio do conhecimento comercial nas áreas que compõem todo o processo, desde a busca de informações no mercado, avaliação, definição do modo de agir, formação de equipes de trabalho e tudo o que envolva a venda de produtos e serviços;
- capacidade de planejar, dirigir e coordenar a área comercial, bem como interagir no complexo mundo de interesses das organizações;
- compreensão dos processos de gestão de redes de distribuição e unidades logísticas;
- conhecimento técnico na previsão de demanda, definindo metas de vendas e sabendo cobrá-las das partes envolvidas;
- compromisso com o cliente, foco no processo e em resultados, com o objetivo de obter níveis de serviços de qualidade e custos competitivos;
- capacidade de trabalhar de forma interdisciplinar, ou seja, de relacionar a sua área com as demais;
- espírito empreendedor, ético e cômico da importância da sua profissão para o desenvolvimento da região em que atua.

### **c) Núcleo III – Qualificação Profissional de Nível Tecnológico de Analista Gerente Comercial.**

- domínio do conhecimento comercial nas áreas que compõem todo o processo, desde a busca de informações no mercado, avaliação, definição do modo de agir, formação de equipes de trabalho e tudo o que envolva a venda de produtos e serviços;

- capacidade de planejar, dirigir e coordenar a área comercial, bem como interagir no complexo mundo de interesses das organizações;
- conhecimento do processo de vendas, identificando clientes, negociando, definindo estratégias de atuação junto ao mercado, bem como estabelecendo padrões de atendimento para a equipe comercial;
- compreensão dos processos de gestão de redes de distribuição e unidades logísticas;
- conhecimento técnico na previsão de demanda, definindo metas de vendas e sabendo cobrá-las das partes envolvidas;
- capacidade de identificar oportunidades e soluções de âmbito logístico;
- compromisso com o cliente, foco no processo e em resultados, com o objetivo de obter níveis de serviços de qualidade e custos competitivos;
- capacidade de trabalhar de forma interdisciplinar, ou seja, de relacionar a sua área com as demais;
- espírito empreendedor, ético e cômico da importância da sua profissão para o desenvolvimento da região em que atua.

### **6.1 Competências e habilidades**

O desenvolvimento de competências e habilidades é um grande desafio, pois a proposta do curso deve atender as demandas regionais sem desconsiderar as exigências globais.

É sob essa perspectiva que o Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial da UNIVATES, se propõe a desenvolver as seguintes competências e habilidades:

#### **a) Núcleo I – Fundamentos gerais**

**Raciocínio lógico** - familiaridade com números, planilhas, pesquisas, estatísticas para realizar estudos, organizar dados, medir desempenho, fazer demonstrações de resultados.

**Capacidade de tomada de decisão** – possuir senso de urgência e priorização, utilizando da melhor forma possível os recursos da organização, a fim de dar uma rápida resposta ao mercado em constante mudança.

**Visão global** – visualizar o todo e ao mesmo tempo as partes do negócio. O profissional precisa conhecer, portanto, os fundamentos que norteiam o mercado e a interface deste com as empresas em que atuarão. Desta forma terão condições de avaliar procedimentos de vendas, criar planilhas de controle para área comercial e acompanhar os processos ligados a área.

#### **b) Núcleo II – Conhecimentos Profissionais da área de Gestão**

**Relacionamento** - habilidade nas relações inter-pessoais para circular com facilidade nas principais áreas da empresa em que trabalha e entre os parceiros do negócio. É necessário ainda ter capacidade de negociação para cobrar prazos, lidar com conflitos e manter a equipe motivada.

**Flexibilidade** para lidar com todos os níveis dentro da organização - da diretoria ao nível operacional.

**Capacidade de tomada de decisão** – possuir senso de urgência e priorização, utilizando da melhor forma possível os recursos da organização, a fim de dar uma rápida resposta ao mercado em constante mudança.

**Cultura organizacional** - compreender a cultura organizacional e tornar-se um agente de mudança através de um comportamento ético.

### **c) Núcleo III – Conhecimentos Profissionais da área de Vendas**

**Visão estratégica** - utilizar os recursos disponíveis para atingir os objetivos e metas definidos. Conhecer os pontos fortes e fracos dos concorrentes e ficar atento para acompanhar a evolução do mercado.

**Visão global** – visualizar o todo e ao mesmo tempo as partes do negócio. O profissional da área comercial precisa conhecer e atuar mais do que ninguém entre a empresa e o mundo que a cerca, de modo que isto traga benefício para as partes.

**Adaptabilidade** – capacidade de adaptar-ser às condições criadas pelo mercado.

**Comprometimento com o negócio** – comprometimento com os objetivos da organização, trabalhando de forma pró-ativa.

**Relacionamento** - habilidade nas relações interpessoais para circular com facilidade nas principais áreas da empresa em que trabalha e entre os parceiros do negócio. É necessário ainda ter capacidade de negociação para cobrar prazos, lidar com conflitos e manter a equipe motivada.

## **7 ORGANIZAÇÃO ACADÊMICO-ADMINISTRATIVA DO CURSO**

### **7.1 Regime Escolar e Modalidade de Funcionamento**

O Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial da Univates é organizado pelo sistema de disciplina/crédito semestral (um crédito equivale a 15 horas). O curso, se reconhecido, pode oferecer a oportunidade de os alunos frequentarem parte da carga horária em regime semipresencial ou a distância, de acordo com a legislação vigente e normas da Instituição. A matrícula nos núcleos será realizada por disciplinas no regime semestral.

Para ter direito a certificação intermediária o aluno deve cursar com aprovação as disciplinas dos núcleos correspondentes. O concluinte dos núcleos abaixo relacionados fará jus aos seguintes certificados:

- Núcleo I – Certificado de Qualificação Profissional de Nível Tecnológico de Analista Assistente Comercial
- Núcleos I e II – Certificado de Qualificação Profissional de Nível Tecnológico de Analista Supervisor Comercial
- Núcleos I, II e III – Certificado de Qualificação Profissional de Nível Tecnológico de Analista Gerente Comercial

### **7.2 Local e turno de funcionamento**

O Curso Superior em Tecnologia de Gestão Comercial funcionará no turno noturno e diurno, na sede do Centro Universitário UNIVATES em Lajeado.

### **7.3 Processo de seleção e ingresso**

O ingresso no curso se dará por processo seletivo (concurso vestibular).

### **7.4 Vagas anuais**

Serão ofertadas 50 vagas semestrais, totalizando 100 vagas anuais.

### **7.5 Dimensão das turmas**

A constituição das turmas obedece às normas da Instituição sobre a matéria. A dimensão das turmas para as disciplinas que desenvolvem atividades práticas em laboratórios de ensino é compatível com a capacidade dos espaços utilizados.

### **7.6 Duração do Curso e período de integralização**

O Curso Superior em Tecnologia de Gestão Comercial totaliza uma carga horária de 1.620 horas, integralizáveis no prazo mínimo de 5 (cinco) semestres e máximo de 12 (doze) semestres.

### **7.7 Aproveitamento de estudos**

É facultado ao aluno o aproveitamento de competências profissionais anteriormente desenvolvidas para fins de prosseguimento de estudos. As competências profissionais adquiridas no trabalho serão reconhecidas por meio de avaliação individual do aluno e as competências profissionais adquiridas em cursos regulares serão reconhecidas mediante análise detalhada dos programas desenvolvidos, à luz do perfil profissional de conclusão do curso.(Resolução CP-CNE n 3/2002)

### **7.8 Certificado/Diploma/Histórico Escolar**

Ao concluir com aprovação as disciplinas do:

a) Núcleo I – o aluno receberá o Certificado de Qualificação Profissional de Nível Tecnológico de Analista Assistente Comercial.

b) Núcleo II – o aluno receberá o Certificado de Qualificação Profissional de Nível Tecnológico de Analista Supervisor Comercial

c) Núcleo III – o aluno receberá o Certificado de Qualificação Profissional de Nível Tecnológico de Analista Gerente Comercial

O histórico escolar que acompanha o Certificado de Qualificação Profissional de Nível Tecnológico deverá incluir as competências profissionais definidas no perfil de conclusão do respectivo núcleo, conforme Resolução CNE/CP, nº 3/2002, Art5º § 2º.

Ao final do curso é conferido ao aluno o Diploma de Graduado (Tecnólogo) em Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial.

## **8 ORGANIZAÇÃO E DESENVOLVIMENTO CURRICULAR**

### **8.1 Organização e estruturação curricular**

O Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial está dividido em três áreas. A área de Fundamentos Gerais, a área de Gestão e a área de Vendas. Para atender a essas áreas os conteúdos serão distribuídos por três núcleos como demonstrado a seguir:

#### **a) Núcleo I – Fundamentos Gerais**

O Núcleo I tem como finalidade abordar fundamentos básicos relacionados com marketing, finanças, economia, contabilidade, administração, entre outros, com o objetivo de oportunizar conhecimentos básicos e preparar o aluno para atuar nos processos internos de gestão da área comercial. Este núcleo permite oferecer ao aluno, uma visão de como o mercado se comporta no dia-a-dia, bem como uma visão de atuação de toda área comercial tanto interna como externamente.

Para atender aos objetivos propostos, o núcleo está estruturado em um conjunto de disciplinas, a seguir relacionadas, que totalizam 600 horas.

- Fundamentos de Economia
- Fundamentos de Administração
- Fundamentos de Gestão Comercial
- Empreendedorismo
- Fundamentos de Contabilidade
- Fundamentos de Marketing
- Aquisição e Armazenagem de Materiais
- Fundamentos de Recursos Humanos
- Técnicas de Vendas
- Marketing Pessoal

#### **b) Núcleo II – Conhecimentos Profissionais da área da Gestão**

O Núcleo II tem como finalidade oportunizar ao aluno a aquisição de conceitos e processos da gestão de compras, gestão de processos, dos custos e do composto promocional que lhe permitam entender a complexidades desses processos relacionados à área comercial, e desta maneira poder intervir nos mesmos de forma a melhorar seus desempenhos.

Para atender ao proposto, o núcleo está estruturado em um conjunto de disciplinas, relacionadas a seguir, que totalizam 540 horas:

- Plano de Marketing
- Gestão de Compras I
- Gestão de Processos

- Gestão de Custos
- Laboratório Empresarial I
- Sistemas de Informações Gerenciais
- Gestão de Compras II
- Composto Promocional
- Direito Civil IV (Contratos)
- Laboratório Empresarial II

**c) Núcleo III – Conhecimentos Profissionais da área de Vendas**

O Núcleo III tem como finalidade abordar as estratégias de segmentação e planejamento de mercado, gestão de vendas, gestão de marcas e negociação e prática com a área comercial. Todos esses conceitos e processos visam a preparar o aluno a intervir nos processos e aprimorá-los dentro da organização.

Para atender ao que se propõe, o núcleo possui um total de 480 horas e envolve as seguintes disciplinas:

- Estratégia e Segmentação de Mercado
- Gestão de Vendas
- Gestão de Marcas
- Gestão de Transporte e Multimodalidade
- Laboratório Empresarial III
- Planejamento e Estratégias Organizacionais
- Tópicos Especiais em Gestão Comercial
- Oficina de Negociação
- Laboratório Empresarial IV

Em cada um dos núcleos propõe-se o desenvolvimento de atividades que têm por finalidade a aproximação dos alunos com o mundo do trabalho, através de visitas técnicas à organizações, sobre as quais os alunos deverão produzir materiais, vinculando o observado ao abordado nas aulas das disciplinas teórico-práticas, sendo esses materiais apresentados e analisados em aula. Distribuídos por todos os núcleos, há, também, conteúdos relacionados à administração de uma forma geral para que o aluno tenha condições de entender o processo como um todo, possibilitando assim uma visão sistêmica das organizações.

**8.2 Fluxograma do curso**

SEM.	NÚCLEO	DISCIPLINAS					
I	I	Fundamentos de Economia	Fundamentos de Administração	Fundamentos de Gestão Comercial	Empreendedorismo.	Fundamentos de Contabilidade	
II	I	Fundamentos de Marketing	Aquisição e Armazenagem de Materiais	Fundamentos de Recursos Humanos	Técnicas de Vendas	Marketing Pessoal	
III	II	Plano de Marketing	Gestão de Compras I	Gestão de Processos	Gestão de Custos	Laboratório Empresarial I	
IV	II	Sistema de Informações Gerenciais	Gestão de Compras II	Composto Promocional	Direito Civil IV (Contratos)	Laboratório Empresarial II	
V	III	Estratégia e Segmentação de Mercado	Gestão de Vendas	Gestão de Marcas	Gestão de Transporte e Multimodalidade	Laboratório Empresarial III	
VI	III	Planejamento e Estratégias Organizacionais	Tópicos especiais em Gestão comercial	Oficina de Negociação		Laboratório Empresarial IV	

**8.3 Matriz Curricular**

A matriz curricular do curso está estruturada em seis semestres, incluídas as disciplinas oferecidas e as visitas técnicas.

**CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL**  
**CÓDIGO DO CURSO: 5900**

**QUADRO 1 - Demonstrativo da integralização curricular**

SEM.	NÚCLEO	CÓD.	DISCIPLINAS	CR.	CHt	Chp	CH	Pré-Req.
I	I	48008	Fundamentos de Economia	04	60	-	60	-
		48002	Fundamentos de Administração	04	60	-	60	-
		59001	Fundamentos de Gestão Comercial	04	40	20	60	-
		14007	Empreendedorismo	04	30	30	60	-
		48003	Fundamentos de Contabilidade	04	60	-	60	-
II	I	48010	Fundamentos de Marketing	04		-	60	48002
		55003	Aquisição e Armazenagem de Materiais	04	60	-	60	-
		48007	Fundamentos de Recursos Humanos	04	40	20	60	48002
		59002	Técnicas de Vendas	04	30	30	60	59001
		59003	Marketing Pessoal	04	60	-	60	-

SEM	NÚCLEO	CÓD.	DISCIPLINAS	CR.	CHt	Chp	CH	Pré-Req.
III	II	48033	Plano de Marketing	04	20	40	60	48010
		59004	Gestão de Compras I	04	30	30	60	-
		48031	Gestão de Processos	04	60	-	60	48002
		48035	Gestão de Custos	04	40	20	60	48003
		59005	Laboratório Empresarial I	02	-	30	30	59001
III	II	48016	Sistemas de Informações Gerenciais	04	60	-	60	48031
		59006	Gestão de Compras II	04	30	30	60	59004
		4721	Composto Promocional	04	60	-	60	48010
		3122	Direito Civil IV ( Contratos)	04	60	-	60	-
		59007	Laboratório Empresarial II	02	30	-	30	59001
IV	III	4723	Estratégia e Segmentação de Mercado	04	60	-	60	48010
		3336	Gestão de Vendas	04	40	20	60	59002
		4755	Gestão de Marcas	04	60	-	60	48010
		55009	Gestão de Transporte e Multimodalidade	04	60	-	60	55003
		59008	Laboratório Empresarial III	02	-	30	30	59001
V	III	48023	Planejamento e Estratégias Organizacionais	04	60	-	60	48002
		59009	Tópicos Especiais em Gestão Comercial	04	60	-	60	-
		55012	Oficina de Negociação	04	30	30	60	-
		59010	Laboratório Empresarial IV	02	-	30	30	59001
<b>TOTAL</b>				<b>108</b>	<b>1260</b>	<b>360</b>	<b>1620</b>	<b>-</b>

Observações: \* - Laboratório Empresarial - poderá ser realizado no turno da noite, ou durante o dia de acordo com a disponibilidade das empresas.

## **9 CONCEPÇÃO METODOLÓGICA**

Considerando a constante evolução tecnológica, faz-se necessário também um processo contínuo de mudanças nas práticas pedagógicas.

Assim sendo, deseja-se que o processo ensino-aprendizagem, ao longo do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, seja mediado por um ambiente de colaboração e troca de experiências, em que o professor atua como organizador e orientador do processo e o aluno é estimulado, através de desafios cognitivos, a construir os seus conhecimentos de forma lógica, autônoma e incremental, bem como vivenciar situações que favoreçam o convívio social.

A prática do curso envolverá, entre outras atividades, visitas técnicas a organizações da Região do Vale do Taquari ou do Estado do RS.

Com este cenário pretende-se oportunizar ao aluno e contribuir para uma sólida formação teórica e prática, e para o desenvolvimento transversal das competências e habilidades propostas, bem como da capacidade de raciocínio lógico, visão estratégica e global, a capacidade de trabalhar em equipe, e de atitudes, assim como a ética profissional.

## **10 PROCESSO DE AVALIAÇÃO**

### **10.1 Avaliação da Aprendizagem**

A sistemática de avaliação da aprendizagem dos alunos adotada é a vigente no Regimento Geral da UNIVATES, artigos 56 a 67 e seus parágrafos a seguir especificados:

**Art. 56.** A avaliação do desempenho escolar é feita por disciplina, incidindo sobre a freqüência e o aproveitamento.

**Art. 57.** A freqüência às aulas e às demais atividades escolares, permitida apenas aos alunos matriculados, é obrigatória.

**Parágrafo único.** A verificação e o registro da freqüência, bem como seu controle, para efeito do parágrafo anterior, é de responsabilidade do professor.

**Art. 58.** O aproveitamento escolar é avaliado através de acompanhamento contínuo do aluno e dos resultados por ele obtidos nos exercícios escolares e no exame final, quando for o caso.

**§ 1º.** Compete ao professor da disciplina elaborar os exercícios escolares e determinar os demais trabalhos, bem como julgar-lhes os resultados;

**§ 2º.** Os exercícios escolares, para avaliação, em número mínimo de 2 (dois), por período letivo, visam a julgar progressivamente o aproveitamento do aluno e constam de provas, testes, trabalhos escritos, arguições e outras formas de verificação previstas no plano de ensino da disciplina.

**Art. 59.** A média semestral é a média aritmética das notas de aproveitamento obtidas durante o período letivo, no mínimo duas.

**Art. 60.** O exame final, realizado ao fim do período letivo, visa à avaliação da capacidade de domínio do conteúdo da disciplina e consta de prova escrita e/ou prática, dependendo da natureza da disciplina.

**§ 1º.** Fica impedido de realizar exame final o aluno com freqüência inferior a 75% (setenta e cinco por cento) do total do número de aulas previstas;

**§ 2º.** O aluno que alcança, na disciplina, média semestral igual ou superior a 8 (oito) e freqüência não inferior a 75% (setenta e cinco por cento) do total do número de aulas previstas, fica desobrigado de realizar exame final;

**§ 3º.** O conteúdo do exame final é o do programa integral de cada disciplina, lecionada no período letivo;

**§ 4º.** O Calendário Acadêmico deve prever o período de realização dos exames finais e de apuração de notas e de freqüência;

**Art. 61.** O exame é prestado sob responsabilidade do professor da disciplina, que pode ser auxiliado por um assistente ou por banca constituída pelo Centro.

**Art. 62.** Aos exercícios escolares para avaliação é atribuída uma nota, expressa em grau numérico de 0 (zero) a 10 (dez).

§ 1º. Ressalvado o disposto no Parágrafo segundo deste artigo, atribui-se nota 0 (zero) ao aluno que deixar de se submeter ao processo avaliativo previsto, na data fixada, bem como ao que nela se utilize de meio fraudulento.

§ 2º. Ao aluno que deixe de comparecer aos exercícios escolares para avaliação ou exame final na data fixada, pode ser concedida segunda oportunidade, mediante requerimento encaminhado ao Coordenador do Curso, no prazo máximo de 5 (cinco) dias, a contar da publicação dos resultados.

**Art. 63.** Atendida, em qualquer caso, a frequência mínima de 75% (setenta e cinco por cento) às aulas, está aprovado o aluno que:

I - se enquadre no parágrafo segundo do Art. 60;

II - alcance, como nota final, média aritmética igual ou superior a 05 (cinco), considerada a média semestral (MS) e a nota do exame final (EF), ou seja,  $(MS+EF)\div 2$ .

**Art. 64.** Independentemente dos demais resultados obtidos, é considerado reprovado na disciplina o aluno que não obtenha frequência de, no mínimo, 75% (setenta e cinco por cento) do total do número de aulas previstas para a disciplina.

**Art. 65.** O aluno reprovado por não ter alcançado a frequência ou as notas mínimas pré-estabelecidas na disciplina não obtém os créditos correspondentes e, ao cursá-la novamente, está sujeito às mesmas exigências de frequência e de aproveitamento fixado neste Regimento.

**Art. 66.** O aluno reprovado tem o prazo de 07 (sete) dias corridos para recorrer, contados a partir do dia seguinte da publicação dos resultados finais do semestre, encaminhando o expediente ao Coordenador do Curso, via Protocolo.

**Art. 67.** O aluno que tenha extraordinário aproveitamento nos estudos, demonstrado por meio de provas e outros instrumentos de avaliação específicos, aplicados por banca examinadora especial, poderá ter a duração do seu curso abreviada, conforme legislação interna.

## **10.2 Avaliação do Curso**

A avaliação do curso, com vistas à melhoria do processo ensino-aprendizagem e dos recursos didático-pedagógicos, é realizada periodicamente pelo corpo docente e discente através de instrumentos propostos pela Comissão Interna de Avaliação Institucional da UNIVATES (CIA).

O resultado dessa modalidade de avaliação enseja uma análise do coordenador e dos docentes do curso com vistas a definir linhas de ação a serem implementadas para a qualificação e aperfeiçoamento contínuos do curso.

Faz parte das atribuições do coordenador de curso oportunizar encontros com os alunos para analisar e discutir questões relacionadas com o curso, bem como promover ações que possam minimizar e/ou aperfeiçoar aspectos deficitários.

Além dos instrumentos de avaliação citados anteriormente, o coordenador do curso oportuniza encontros com discentes, líderes de turma, a fim de informar os mesmos sobre decisões do colegiado de curso e ouvir suas opiniões.

### **10.3 Avaliação Institucional**

A Avaliação Institucional interna é da responsabilidade de uma comissão composta por professores designada para esse fim. Periodicamente a Comissão propõe a aplicação de instrumentos fazendo levantamento de dados e informações que possibilitam verificar os níveis de satisfação em relação a currículos, competência e atuação dos professores e alunos, a serviços institucionais, qualidade de atendimento, entre outros.

Posterior à aplicação dos instrumentos e levantamento de dados, a Comissão Interna de Avaliação envia aos coordenadores de curso, aos Conselhos, ao Núcleo de Apoio Pedagógico e outros setores e serviços envolvidos no processo de avaliação, cópia do relatório para análise e posteriores encaminhamentos.

## **11 APOIO E ACOMPANHAMENTO AO DISCENTE**

As ações de apoio, acompanhamento e integração do discente visam a favorecer o acolhimento e bem estar do educando na comunidade acadêmica, ao aprimoramento de estudos, às posturas de colaboração e de solidariedade e de construção coletiva.

As orientações e acompanhamento são oferecidas ao aluno no seu ingresso e ao longo do curso e, basicamente, ficam ao encargo da Coordenação do Curso. Também, professores do Curso e funcionários dos diversos setores prestam atendimento, quando necessário.

Entre as ações de apoio e acompanhamento ao discente promovidas pela coordenação, professores do Curso, Reitoria e setores diversos citam-se:

### **11.1 Informações Acadêmicas: Manual do curso**

No momento do ingresso no Curso, o aluno recebe informações orais, por correio eletrônico e disponíveis no site da Instituição [www.univates.br](http://www.univates.br)

- a) sobre a Instituição;
- b) sobre procedimentos acadêmicos, como trancamento de matrícula, matrícula, transferência, frequência, revisão de prova, exames e outras informações afins;
- c) perfil do egresso e objetivos do curso;
- d) projeto pedagógico do curso com seqüência de disciplinas, ementas, créditos, pré-requisitos.
- e) regulamentos das Atividades Complementares, Estágios Supervisionados e do Trabalho de Curso.

### **11.2 Orientação à matrícula**

Por ocasião da matrícula e ao longo do curso, o aluno recebe orientações do coordenador do curso, ou de um professor designado por ele, sobre sua evolução nas disciplinas no currículo, fluxo escolar, observância de pré-requisitos e outros.

### **11.3 Apoio pedagógico e psicopedagógico**

Os alunos que apresentam dificuldades de aprendizagem, quando do seu ingresso e ao longo do curso, além da orientação do professor de cada disciplina, recebem atenção especial que se evidencia em ações propostas pelo Núcleo de Apoio Pedagógico da Instituição ou sugeridas pelo Conselho de Curso sob forma de oficinas, minicursos, orientação de leituras e outras atividades que contribuam para que o aluno possa superar as deficiências e prosseguir os estudos.

Também é oferecida assistência psicopedagógica subsidiada aos alunos que dela necessitam com o objetivo geral de favorecer a integração do aluno universitário nos processos que envolvem o ensino e a aprendizagem, tanto no âmbito da sala de aula quanto no âmbito do espaço institucional da UNIVATES.

Aos alunos com necessidades educativas especiais é oferecido o serviço de intérprete e são desenvolvidas outras ações que contribuam para a sua inclusão no ambiente acadêmico.

#### **11.4 Apoio psicológico**

Funciona na Instituição o Serviço de Orientação Psicológica que visa a acolher e orientar o aluno, auxiliando-o a encontrar soluções para problemas que afetam sua aprendizagem ou encaminhando-o para atendimento terapêutico quando for o caso.

O serviço é oferecido de forma subsidiada aos alunos durante determinados dias da semana, mediante horário previamente agendado no Setor de Atendimento ao Aluno.

#### **11.5 Atendimento individual ou em grupo**

Além das ações e serviços oferecidos os alunos podem buscar atendimento individual ou em grupo, de acordo com seus interesses e necessidades, junto ao coordenador e aos professores do curso.

#### **11.6 Participação de estudantes em eventos e intercâmbio**

A Instituição busca favorecer a participação dos acadêmicos em eventos variados que promovam a integração do ensino, pesquisa e extensão através de ações e projetos, (Mostra de Ensino, Extensão e Pesquisa, Salão de Iniciação Científica, Projeto Social, Projetos integrados em diversas áreas, participação em seminários, encontros, congressos, semanas acadêmicas) e em programas de intercâmbio com instituições estrangeiras e nacionais.

Cada atividade, programa ou evento é regido por normas e critérios específicos para aproveitamento, participação e/ou concessão de auxílio.

#### **11.7 Intercâmbio e Parcerias Internacionais**

O Centro Universitário UNIVATES oportuniza aos alunos o intercâmbio com Universidades estrangeiras sob a responsabilidade da Assessoria de Assuntos Interinstitucionais e Internacionais. Também é oferecido auxílio aos coordenadores dos cursos de graduação na organização de viagens de estudo e intercâmbios.

### **11.8 Serviço de Ambulatório de Saúde**

Visando a acrescentar maior qualidade de vida às pessoas que circulam no campus, o Centro Universitário UNIVATES disponibiliza aos alunos o serviço de atendimento de enfermagem do Ambulatório de Saúde, oferecendo:

- avaliação no primeiro atendimento e encaminhamento nas situações de emergência clínica e trauma;
- verificação dos sinais vitais: pressão arterial, temperatura, pulsação e respiração;
- troca de curativos, imobilizações;
- administração de medicação parenteral mediante apresentação da prescrição médica (intramuscular, endovenosa ou subcutânea);
- teste de glicose;
- observação assistida;
- reposição líquida e controle de alterações nos sinais vitais;
- repouso em ambiente calmo e seguro.

### **11.9 Ambulatório de Fisioterapia**

A UNIVATES por meio do curso de Fisioterapia disponibiliza a Clínica-escola onde são realizadas avaliações e atendimentos fisioterapêuticos mediante apresentação de solicitação médica.

Os procedimentos fisioterapêuticos são prestados por alunos, a partir do sexto semestre, previamente selecionados, que contam com supervisão de fisioterapeuta docente.

O serviço é oferecido durante determinados dias da semana, mediante horário previamente agendado.

### **11.10 Ambulatório de Nutrição**

A UNIVATES por meio do curso de Nutrição disponibiliza o atendimento nutricional. Os procedimentos são prestados por alunos previamente selecionados, que contam com supervisão de nutricionista docente.

No ambulatório de nutrição os alunos, professores e funcionários têm acesso à consulta nutricional: anamneses alimentares, cálculos de dieta, avaliações nutricionais e antropométricas, exame físico nos pacientes.

O serviço é oferecido durante determinados dias da semana, mediante horário previamente marcado.

#### **11.11 Serviço fonoaudiológico**

O atendimento fonoaudiológico em grupo ou individual de alunos visa ao aprimoramento da comunicação oral, com ênfase nos aspectos relacionados à voz e à fala, conscientizando os quanto aos mecanismos de produção da voz, articulação e imagem vocal.

Os atendimentos são desenvolvidos em grupo de, no máximo, 12 pessoas e ou atendimento individual.

Os encaminhamentos podem ser realizados pelos professores e o agendamento dos atendimentos deve ser realizado no Setor de Atendimento ao Aluno, de acordo com cronograma previamente estabelecido.

#### **11.12 Controle acadêmico**

Os registros e controles acadêmicos do curso são realizados pela Pró-Reitoria da Área de Ensino através da Secretaria de Atendimento ao Professor e da Secretaria Geral. Todos os documentos acadêmicos estão arquivados em pastas individualizadas. Os dados sobre a vida acadêmica do aluno, como: matrícula, notas, frequência, pagamentos, débitos, etc., estão informatizados, com acesso via computador através da rede interna da Instituição, e são administrados pelo software SAGU - Sistema de Administração e Gestão Unificada - desenvolvido e customizado em software livre pela equipe de informática da Univates. O SAGU está interligado ao sistema de administração da Biblioteca, o GNUTECA - controle de acervo, empréstimos de livros, periódicos, etc. - também desenvolvido em software livre pela UNIVATES.

#### **11.13 Ouvidoria UNIVATES**

A Ouvidoria UNIVATES tem a finalidade de avaliar e melhorar o atendimento dos serviços prestados pela IES com base nas informações dos alunos, professores e comunidade em geral. Este canal de comunicação pode ser utilizado para apresentar questões relacionadas com a IES que sejam consideradas insatisfatórias; para sugerir alternativas que possam melhorar o funcionamento da IES; para destacar os aspectos positivos ou para consultar, sempre quando o usuário tiver dúvida sobre os serviços que a UNIVATES oferece.

#### **11.14 Crédito estudantil**

A instituição conta atualmente com financiamento para estudantes nas seguintes modalidades:

- a) PCR - Programa de Crédito Rotativo que é mantido pela própria Instituição;
- b) FIES - Financiamento Estudantil, mantido pela Caixa Econômica Federal.

Há também desconto para disciplinas oferecidas em horários especiais.

Bolsas para alunos carentes - a Instituição oferece bolsas na forma de descontos para alunos comprovadamente carentes.

Descontos para alunos membros de um mesmo grupo familiar - em um grupo com laços familiares - irmãos, pais - com matrícula no mesmo semestre, apenas um deles paga a mensalidade integral. Os demais membros também possuem desconto.

Descontos para egressos da UNIVATES - periodicamente a Instituição oferece vagas, em determinados cursos, para egressos da Instituição cursarem um segundo curso de graduação com desconto nas mensalidades.

#### **11.15 Bolsas de trabalho e de iniciação científica**

Fruto de acordo de dissídio - a Instituição concede descontos na mensalidade para os seus funcionários, conforme a sua carga horária, nos cursos por ela oferecidos em forma de bolsas para funcionários e alunos.

Participação em projetos de iniciação científica e de extensão: Os acadêmicos podem candidatar-se ao processo de seleção de bolsa de iniciação científica a fim de participar dos projetos de pesquisa desenvolvidos pelos professores do curso. A divulgação da existência de vagas é realizada via quadro mural e lista eletrônica de endereços e a seleção dos bolsistas é realizada conforme regulamentação interna da IES.

As bolsas de iniciação científica têm duração idêntica à duração do projeto de pesquisa, tendo-se a preocupação de envolver o maior número de alunos possível nessa atividade.

#### **11.16 Programa de Integração de Estágio (PIE/BIC)**

O PIE/BIC é destinado a alunos regularmente matriculados nos cursos de graduação da UNIVATES. O programa tem por objetivo a aproximação dos graduandos às atividades de pesquisa acadêmica. Para que possa receber uma BIC (Bolsa de Integração Científica), o aluno deve estar vinculado a um projeto de pesquisa da Instituição, devidamente aprovado pelas instâncias competentes. A remuneração e a carga horária são definidas conforme regulamentação interna.

As atividades de extensão são divulgadas através de quadro mural, lista eletrônica de endereços e em sala de aula pelos professores, sendo incentivada a participação dos alunos naquelas relacionadas ao curso.

#### **11.17 Balcão de Empregos UNIVATES**

Além de formar profissionais qualificados, a UNIVATES também se preocupa em inseri-los no mercado de trabalho. Para tanto, desenvolve o projeto Balcão de Empregos, que mantém um banco de currículos *on line* dos alunos e intermedeia sua colocação nas empresas e organizações que demandam profissionais.

#### **11.18 Outras atividades voltadas ao aluno**

Na Instituição também são organizadas outras atividades e ações com objetivos diferenciados, de acordo com a situação que se apresenta. Dentre elas, destacam-se:

- reunião de recepção aos alunos e professores no início dos períodos letivos;
- reunião com representantes de turmas;
- encontros de orientação sobre assuntos específicos como, por exemplo, organização e funcionamento da IES, acervo e uso da biblioteca, uso dos diversos laboratórios e outros;
- encontro(s) para discutir questões relacionadas ao curso.

#### **11.19 Acompanhamento de egressos**

O compromisso de uma Instituição de Ensino Superior é com o desenvolvimento de pessoas, por meio do ensino, da pesquisa e/ou da extensão. Muitos alunos, ao concluírem seus cursos, perdem o vínculo com a Instituição formadora, e conseqüentemente o acesso aos serviços por ela disponibilizados, além do contato com seus colegas e professores. Diante disso, a UNIVATES desenvolveu o Programa CONEXÃO UNIVATES, com ações que permitem atendimento personalizado ao profissional egresso dos cursos oferecidos pela IES.

A iniciativa busca sedimentar o vínculo da UNIVATES com alunos formados nos seus cursos de graduação, seqüenciais, pós-graduação, formação pedagógica e Técnicos.

Dentre as oportunidades oferecidas constam a participação dos diplomados em programas culturais e em atividades acadêmicas.

## 12 EMENTAS E BIBLIOGRAFIA

DISCIPLINA: Fundamentos de Economia		
CÓDIGO: 48008	CRÉDITO: 04	PRÉ-REQ: -
EMENTA: Ciência econômica: conceito e objeto de estudo. Demanda e oferta. Mercados concorrenciais. Conceitos básicos da teoria econômica vinculados a análise macroeconômica. Economia política da globalização e novas relações com a economia internacional.		
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</b>		
CASTRO, A. B. de & LESSA, C. <b>Introdução à economia</b> : uma abordagem estruturalista. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.		
ROSSETTI, J. P. <b>Introdução à economia</b> . São Paulo: Atlas, 2000.		
<b>COMPLEMENTAR</b>		
BRUM, A. <b>O desenvolvimento econômico brasileiro</b> . Rio de Janeiro: Vozes, 1999.		
CATANI, A. O. M. <b>O que é capitalismo</b> . São Paulo: Brasiliense, 1992.		
DOWBORN, L. <b>O que é capital</b> . São Paulo: Campus, 1991.		
HUNT, E. K. <b>História do pensamento econômico</b> . São Paulo: Campus, 1990.		
SOUZA, N. J. de. (Coord). <b>Introdução à economia</b> . São Paulo: Atlas, 1996.		

DISCIPLINA: Fundamentos de Administração		
CÓDIGO: 48002	CRÉDITO: 04	PRÉ-REQ: -
EMENTA: Definição de Administração. Planejamento: conceituação, características. Tipos de planos: estratégico, tático e operacional. Organização: conceituação, estrutura formal e informal. Coordenação. Organizações que aprendem. Controle: conceituação, importância e tipos de controles. Técnicas de administração. Liderança: conceituação, funções, estilos e liderança situacional.		
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</b>		
STONER, J. & FREMANN, R. E. <b>Administração</b> . 5 ed. Rio de Janeiro: PHB,1995.		
ROBBINS, Stephen P. <b>Administração</b> : mudanças e perspectivas. São Paulo: Saraiva,2000.		
<b>COMPLEMENTAR</b>		
CERTO, Samuel. C. <b>Administração estratégica</b> : planejamento e implantação da estratégia. São Paulo: Makron-Books, 1993.		
COSTA, Eliezer Arantes da. <b>Gestão estratégica</b> . São Paulo: Saraiva, 2002.		
MINTZBERG, Henry; AHLSTRAND, Bruce; LAMPEL, Joseph. <b>Safári de estratégia</b> : um roteiro pela selva do planejamento estratégico. Porto Alegre: Bookman, 2000.		
OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. <b>Planejamento estratégico</b> : conceitos, metodologias e práticas. São Paulo: Atlas, 2005.		

Disciplina: Fundamentos de Gestão Comercial		
CÓDIGO: 59001	CRÉDITO: 04	PRÉ-REQ: -
EMENTA: Origem e evolução de vendas. Definições de gestão comercial. O Papel de vendas na economia e no comércio. Globalização da venda. Enfoque sistêmico e custo total. Indicadores logísticos. Nível de serviço logístico. Funções logísticas. Localização de instalações. Cadeia de suprimentos.		
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</b>		
FUTRELL, Charles M. <b>Vendas</b> : Fundamentos e novas práticas de gestão. São Paulo: Saraiva, 2003.		
STANTON, William J.; SPIRO, Rosann. <b>Administração de vendas</b> . 10 ed. Rio de Janeiro: LTC, c2000.		
<b>COMPLEMENTAR</b>		
EDERSHEIM, Elizabeth Haas. <b>A essência de Peter Drucker</b> : uma visão para o futuro. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.		
LAS CASAS, Alexandre Luzzi. <b>Administração de Vendas</b> . 8.ed. São Paulo: Atlas, 2005.		

DISCIPLINA: Empreendedorismo		
CÓDIGO: 14007	CRÉDITO: 04	PRÉ-REQ: -
<p>EMENTA: Conceitos fundamentais de empreendedorismo. Características dos empreendedores. Importância dos empreendedores para o desenvolvimento. Intraempreendedorismo. Atividade empreendedora como opção de carreira, as micro e pequenas empresas e as formas associativas. Introdução ao plano de negócios.</p>		
<p><b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</b></p> <p>DRUCKER, Peter. F. <b>Inovação e espírito empreendedor</b>. São Paulo: Editora Pioneira, 2000.</p> <p>DOLABELA, Fernando. <b>O segredo de Luísa</b>. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2006.</p>		
<p><b>COMPLEMENTAR</b></p> <p>BIRLEY, Sue e MUZYKA, Daniel F. <b>Dominando os desafios do empreendedor</b>. São Paulo: Makron Books, 2004.</p> <p>Cruzio, Helnon de Oliveira. <b>Como organizar e administrar uma cooperativa: uma alternativa para o desemprego</b>. Rio de Janeiro: FGV, 2002.</p> <p>DEGEN, Ronald. <b>O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial</b>, McGraw-Hill, São Paulo., 1989.</p> <p>DOLABELA, Fernando. <b>Oficina do empreendedor</b>. São Paulo: Cultura Editores Associados, c1999.</p> <p>DORNELAS, José Carlos Assis. <b>Empreendedorismo: transformando idéias em negócios</b>. Rio de Janeiro: Campus, 2004.</p> <p>GERBER, Michael. E. <b>O mito do empreendedor</b>. São Paulo: Saraiva, 1990.</p> <p>NEFF, Thomas J. <b>Lições de sucesso: a busca pelos melhores líderes empresariais dos Estados Unidos</b>. São Paulo: Negócio Editora, 1999.</p> <p>OECH, Roger Von. <b>Um “toc” na cuca: técnicas para quem quer ter mais criatividade na vida</b>. São Paulo: Cultura, 2002.</p> <p>REGINATO, A. P. <b>Voar é preciso. Iniciação empresarial</b>. Porto Alegre: SEBRAE/RS. (p. 9-15), 1995.</p> <p>RESNIK, Paul. <b>A bíblia da pequena empresa</b>. Makron Books, São Paulo, 1990.</p> <p>SALOMAN, Steven. <b>A grande importância da pequena empresa</b>. Rio de Janeiro: Nórdica, 1986.</p> <p>SANTOS, Sílvio A. e PEREIRA, Heitor J. <b>Criando seu próprio negócio: como desenvolver o potencial empreendedor</b>. Brasília: SEBRAE, 1995.</p> <p>SCHUMPETER, Joseph Alois. <b>Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico</b>. São Paulo: Nova Cultural, 1988.</p> <p>SEMLER, Ricardo. <b>Virando a própria mesa: uma história de sucesso empresarial made in Brazil</b>. São Paulo: Best Seller, 1988.</p>		

DISCIPLINA: Fundamentos de Contabilidade		
CÓDIGO: 48003	CRÉDITO: 04	PRÉ-REQ: -
EMENTA: Conceito, objeto e finalidade. Plano de contas. Operações com mercadorias. Outros registros normais mensais. Balancete de verificação. Balanço patrimonial. Demonstração de resultados. Demonstração das origens e aplicações de recursos. Ética nas atividades contábeis.		
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</b>		
IUDÍCIBUS, S. de. <b>Teoria da contabilidade</b> . São Paulo: Atlas, 2204.		
MARION, J. C. <b>Contabilidade empresarial</b> . São Paulo: Atlas, 1996.		
<b>COMPLEMENTAR</b>		
ANCELEVIZ, J. e BRAGA, F.J. dos S. <b>Contabilidade básica</b> : um estudo programado. São Paulo: Saraiva, 1980.		
GOUVEA, N. de. <b>Contabilidade básica</b> . São Paulo: McGraw-Hill, 1984.		
IUDICIBUS et all, S. <b>Contabilidade introdutória</b> . São Paulo, Atlas, 1998.		
SÀ, A. L. de. <b>Técnica do balanço</b> : levantamento, elaboração, encerramento. São Paulo: Atlas.		
WALTER, M. A. <b>Introdução à contabilidade</b> : uma metodologia moderna para o ensino da contabilidade. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 1982.		
Boletins Técnicos. IOB. COAD		

DISCIPLINA: Fundamentos de Marketing		
CÓDIGO: 48010	CRÉDITO: 04	PRÉ-REQ: -
EMENTA: Introdução ao marketing. Conceito e evolução. Princípios e composto de marketing. Planejamento de marketing: estratégia e análise de portfólio. Sistemas de informações de marketing: ambiente e pesquisa de mercado. Comportamento do consumidor: processo de compra, segmentação e posicionamento. Segmentação do marketing: marketing verde, internacional, relacionamento e outros. Decisões em marketing. Ética em marketing.		
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</b>		
COBRA, M. <b>Marketing básico</b> : uma perspectiva brasileira. São Paulo: Atlas, 1997		
KOTLER, P. & ARMSTRONG, G. <b>Princípios de marketing</b> . PHB, 2003.		
<b>COMPLEMENTAR</b>		
CHURCHILL JR., G. A. & PETER, J. P. <b>Marketing</b> : criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2000.		
COBRA, M. <b>Marketing competitivo</b> : uma abordagem estratégica. São Paulo: Atlas, 1993.		
HOOLEY, G. <b>Posicionamento competitivo</b> . São Paulo: Makron Books, 1996.		
KOTLER, P. <b>Administração de marketing</b> . São Paulo: Atlas, 2000.		
SAMARA, B.S. <b>Pesquisa de marketing</b> : conceitos, metodologia. São Paulo: Makron Books, 1997.		

DISCIPLINA: Aquisição e Armazenagem de Materiais		
CÓDIGO: 55003	CRÉDITO: 04	PRÉ-REQ: -
EMENTA: Características básicas de controle de estoque. Gestão de estoques. Sistemas de estocagem e manuseio. DRP (planejamento de distribuição de recursos). Gestão de suprimentos: compras e aquisição de recursos materiais.		
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</b>		
WANKE, Peter. <b>Gestão de estoques na cadeia de suprimentos</b> : decisões e modelos quantitativos. São Paulo: Atlas, 2003.		
HONG YUH CHING. <b>Gestão de estoques na cadeia de logística integrada – Supply Chain – 2.ed.</b> São Paulo: Atlas, 2001.		
<b>COMPLEMENTAR</b>		
BALLOU, Ronald H. <b>Gerenciamento da cadeia de suprimentos</b> : planejamento, organização e logística empresarial – 4a ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.		
MARTINS, Petrônio Garcia. <b>Administração de materiais e recursos patrimoniais</b> . São Paulo: Saraiva, 2002.		
NIGEL SLACK et all. <b>Administração da produção</b> - edição compacta. São Paulo: Editora Atlas, 1996.		

NOME DA DISCIPLINA: Fundamentos de Recursos Humanos		
CÓDIGO: 48007	CRÉDITOS: 04	PRÉ-REQ:
<p>Ementa: Evolução histórica da gestão de R.H. Estratégia em R.H. Planejamento em R.H. Desenvolvimento organizacional. Clima e cultura organizacional. Aprendizado nas organizações. Gestão do Conhecimento. Papel do gestor nos processos de mudança organizacional. Ética nas relações. Qualidade de Vida no Trabalho. Medicina e Segurança no Trabalho.</p>		
<p><b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</b></p> <p>CHIAVENATTO, Idalberto. <b>Recursos humanos</b>. São Paulo: Atlas, 2000.</p> <p>MILKOVICH, George T.; BOUDREAU, John W. <b>Administração de recursos humanos</b>. São Paulo: Atlas, 2000.</p>		
<p><b>COMPLEMENTAR</b></p> <p>ANGELONI, Maria Terezinha. <b>Organizações do conhecimento: Infra-estrutura, pessoas e tecnologias</b>. São Paulo: Saraiva, 2002.</p> <p>BERGAMINI, C. W. <b>Psicologia aplicada à administração de empresas</b>. São Paulo: Atlas, 1982.</p> <p>BENNIS, Warren. <b>Líderes - Estrategistas para assumir a verdadeira liderança</b>. São Paulo: Harbra, 2000.</p> <p>BERGAMINI, Cecilia Whitaker. <b>Motivação</b>. São Paulo: Atlas, 1992.</p> <p>CARAVANTES, Geraldo R. <b>Recursos humanos estratégicos para o 3º milênio</b>. Porto Alegre: CENEX/FACTEC/AGE, 1993.</p> <p>CARVALHO, A. V.; NASCIMENTO, L. Paulo do. <b>Administração de recursos humanos</b>. São Paulo: Pioneira 1999.</p> <p>DRUCKER, Peter F. <b>Fator humano e desempenho: o melhor de Peter F. Drucker sobre administração</b>. 3 ed. São Paulo: Pioneira, 1997.</p> <p>LUCENA, Maria Diva da Salete. <b>Planejamento de recursos humanos</b>. São Paulo: Atlas, 1995.</p> <p>NONAKA, I. &amp; TAKEUCHI, H.. <b>Criação do conhecimento na empresa</b>. Rio de Janeiro: Campus, 1997.</p> <p>PONTES, B.R. <b>Planejamento, recrutamento e seleção de pessoal</b>. São Paulo: LTR, 2001.</p> <p>SENGE, Peter M. <b>A quinta disciplina</b>. São Paulo: Círculo do livro, 1999.</p> <p>TERRA, J.C.C. <b>Gestão do conhecimento: o grande desafio empresarial</b>. Rio de Janeiro: Negócio, 2000.</p> <p>WAGNER III, John A. &amp; HOLLENBECK, John R. <b>Comportamento organizacional: criando vantagem competitiva</b>. Tradução Cid Knipel Moreira. São Paulo: Saraiva, 2000.</p> <p>WOOD JUNIOR, Tomaz. <b>Remuneração estratégica: a nova vantagem competitiva</b>. São Paulo: Atlas, 1996.</p>		

DISCIPLINA: Técnicas de Vendas		
CÓDIGO: 59002	CRÉDITO: 04	PRÉ-REQ: -
EMENTA : Desenvolvimento das técnicas e estratégias de venda para o atacado, varejo, indústria e comércio.		
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</b>		
FUTRELL, Charles M. <b>Vendas</b> : fundamentos e novas práticas de Gestão. São Paulo: Saraiva, 2003.		
STANTON, William J.; SPIRO, Rosann. <b>Administração de vendas</b> . 10 ed. Rio de Janeiro: LTC, c2000.		
<b>COMPLEMENTAR</b>		
BURBRIDGE, R. Marc et all. <b>Gestão de negociação</b> : como conseguir o que se quer sem ceder o que não se deve. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2007.		
Conjunto de auto-avaliação: 12 testes que questionam e induzem o profissional de vendas a reflexão das suas ações no seu trabalho de vendas. Curitiba: Círculo dos profissionais de vendas, [s.d.].		
GITOMER, Jefferey. <b>A bíblia de vendas</b> . São Paulo: M. Books, 2005.		
_____. <b>O livro vermelho de vendas</b> . São Paulo: M. Books, 2007.		
OLIVEIRA, Marco A. (Coord.). <b>15 cenas de filmes de sucesso para treinamento em vendas e atendimento</b> . São Paulo: Editora Gente, 1996.		
STROCCHI, Maria Cristina. <b>Psicologia da comunicação</b> : manual para o estudo da linguagem publicitária e das técnicas de venda. São Paulo: Paulus, 2007.		

DISCIPLINA: Marketing Pessoal		
CÓDIGO: 59003	CRÉDITO: 04	PRÉ-REQ: -
EMENTA: Visual, saúde e currículo do vendedor. Valorização da pessoa e da marca pessoal. Qualificações profissionais como valorizá-las. Planejamento e administração do sucesso. Atitudes de um vencedor. Responsabilidade social nos negócios. Ética, valores, e cultura nas organizações. Código do comportamento do consumidor.		
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</b>		
ASHLEY, Patricia Almeida. (Coord.). <b>Ética e responsabilidade social nos negócios</b> . São Paulo: Saraiva, 2002.		
D ELIA, Maria Elizabete S. <b>Profissionalismo: não dá para não ter</b> . São Paulo: Editora Gente, 1997.		
<b>COMPLEMENTAR</b>		
BORDIN, Sady. <b>Marketing pessoal: 100 dicas para valorizar a sua imagem</b> . 12. ed. Rio de Janeiro: Record, 2006.		
CORTEZ, Edmundo Vieira. <b>A magia do marketing pessoal: o segredo das pessoas bem-sucedidas</b> . São Paulo: Alaúde, 2004.		
COSTA, Nelson E. Pereira da. <b>Marketing pessoal: uma abordagem para agentes do mercado imobiliário</b> . Goiânia: Editora AB, 2002.		
LEWICKI, Roy J.; HIAM, Alexander. <b>MBA compacto: estratégias de negociação e fechamento</b> . Rio de Janeiro: Campus, 2003.		
McCORMACK, Mark. <b>A arte de vender passo a passo</b> . Aparado: Europa-América. [s.d.]		
RIZZO, Cláudio. <b>Marketing pessoal no contexto pós-moderno</b> . São Paulo: Trevisan, 2006.		
TEJON, José Luiz. <b>Liderança para fazer acontecer</b> . São Paulo: Editora Gente, 2006.		
VOROS, Sharon. <b>Como conquistar uma ótima posição de gerente ou executivo: ... e dar um salto importante em sua vida profissional</b> . São Paulo: M. Books, 2006.		
ZENGER, John H.; FOLKMAN, Joseph. <b>Desenvolva sua capacidade de liderança: 24 estratégias para melhorar suas habilidades como líder</b> . Rio de Janeiro: Sextante, 2008.		

DISCIPLINA: Plano de Marketing		
CÓDIGO: 48033	CRÉDITO: 04	PRÉ-REQ: 48010
EMENTA: Plano de marketing: conceito, análise ambiental e estratégia. Produto: conceito, planejamento e desenvolvimento. Comunicação: propaganda, publicidade, relações públicas e venda pessoal. Distribuição. Preço.		
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</b>		
CHURCHILL, G. Jr. <b>Marketing</b> : criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2000.		
KOTLER, P. <b>Administração de marketing</b> : análise, planejamento, implementação e controle. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1998.		
<b>COMPLEMENTAR</b>		
KEEGAN, W. J; GREEN, M. C. <b>Princípios de marketing global</b> . São Paulo: Saraiva, 1999.		
KOTLER, P; ARMSTRONG, G. <b>Princípios de marketing</b> . 7 ed. Rio de Janeiro: LTC, 1998.		
LEVITT, T. <b>A imaginação de marketing</b> . 2 ed. São Paulo: Atlas, 1990.		
MALHOTRA, N. <b>Pesquisa em administração</b> . Porto Alegre: Bookman, 2001.		
PORTER, M. E. <b>Estratégia competitiva</b> : Técnicas para análise de indústrias e da concorrência. 10 ed. Rio de Janeiro: Campus, 2004.		

DISCIPLINA: Gestão de Compras I		
CÓDIGO: 59004	CRÉDITO: 04	PRÉ-REQ:
EMENTA: Objetivos e organizações - Escopo e objetivos de compras, aspectos estratégicos das compras, estrutura e organização de compras, evolução e desenvolvimento das compras. Variáveis chaves de compras – Qualidade, quantidade correta, tempo, tomada de decisão sobre fonte de suprimentos, preço, negociações de compras.		
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</b>		
BAILY, Peter et all. <b>Compras</b> : princípios e administração. São Paulo: Atlas, 2000.		
DIAS, Marco Aurélio P. <b>Administração de materiais</b> : uma abordagem logística. 4.ed. São Paulo: Atlas, 1993.		
<b>COMPLEMENTAR</b>		
COSTA, Roberto Figueiredo. <b>Avaliando compras</b> : como medir o desempenho de um departamento de compras. São Paulo: DFC, [s.d.].		
_____. <b>Negociação para compradores</b> : como adquirir vantagem competitiva nas negociações profissionais. São Paulo: Edicta, 2003.		
GONÇALVES, Paulo Sérgio. <b>Administração de estoques</b> . Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.		
ROCCATO, Pedro Luiz. <b>Canais de vendas e distribuição</b> : implementando e desenvolvendo canais indiretos de vendas e distribuição para os segmentos de informática (TI), telecomunicações e eletroeletrônicos. São Paulo: M. Books, 2006.		
SCHIER, Carlos Ubiratan da Costa. <b>Gestão prática de custos</b> . Curitiba: Juruá, 2004.		

DISCIPLINA: Gestão de Processos		
CÓDIGO: 48031	CRÉDITO: 04	PRÉ-REQ:
EMENTA: Mudanças organizacionais. Técnicas de levantamento de dados: instrumento de levantamento de informações e análise organizacional. Gestão de processos: aperfeiçoamento de processos empresariais e gestão da qualidade. Racionalização: métodos e ferramentas de gestão. Padronização. Aspectos gerais contemporâneos em relação à gestão de processos.		
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</b>		
ARAUJO, Luis César G. de. <b>Organização e métodos</b> : integrando comportamento, estrutura, estratégia e tecnologia. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1994.		
CAMPOS, V. F. <b>TQC - controle da qualidade total (no estilo japonês)</b> . Belo Horizonte: Fundação Christiano Ottoni, 1992.		
<b>COMPLEMENTAR</b>		
BALLESTERO-ALVAREZ, Maria Esmeralda. <b>Manual de organização, sistemas &amp; métodos</b> : abordagem teórica e prática da engenharia da informação. São Paulo: Atlas, 1997.		
BRASSARD, M. <b>Qualidade - ferramentas para uma melhoria contínua</b> . Rio de Janeiro: Qualitymark, 1994.		
CAMPOS, V. F. <b>Gerenciamento da rotina do trabalho do dia-a-dia</b> . Belo Horizonte: Fundação Christiano Ottoni, 1994.		
_____. <b>Qualidade total - padronização de empresas</b> . Belo Horizonte: Fundação Christiano Ottoni. 1992.		
FARIA, A. Nogueira de. <b>Organização e métodos</b> . 2. ed. São Paulo: LTC, 1984.		
HARRINGTON, J. <b>Aperfeiçoando processos empresariais</b> . São Paulo: Makron Books, 1993.		
JURAN, J. M.; GRZYNA, F. M. <b>Controle da qualidade</b> . São Paulo: Makron, McGraw-Hill. 1991.		
LERNER, Walter. <b>Organização, sistemas e métodos</b> . 5 ed. Porto Alegre: Luzato, 1991.		
MARANHÃO, M. <b>ISO Série 9000</b> : manual de implementação: versão ISO 2000. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.		
OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. <b>Sistemas, organização e métodos</b> : uma abordagem gerencial. 14. ed. São Paulo: Atlas, 2004.		
PEREZ-WILSON, M. <b>Seis sigma</b> : compreendendo o conceito, as implicações e os desafios. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.		

DISCIPLINA: Gestão de Custos		
CÓDIGO: 48035	CRÉDITO: 04	PRÉ-REQ: -
EMENTA: Conceitos, classificação, valorização, departamentalização, apropriação, sistemas de custeio, contribuição de cobertura, decisão entre fabricar ou comprar. Relações custo/volume/lucro. Ponto de equilíbrio. Formação do preço de venda.		
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</b>		
BEULKE, R.; BERTÓ, D. J. <b>Estrutura e análise de custos</b> . São Paulo: Saraiva, 2001.		
IUDÍCIBUS, S. de. <b>Contabilidade gerencial</b> . São Paulo: Atlas, 1998.		
<b>COMPLEMENTAR</b>		
BEULKE, R.; BERTÓ, D. J. <b>Marketing &amp; finanças</b> . São Paulo: Saraiva, 1996.		
CREPALDI, S. A. <b>Contabilidade gerencial</b> . São Paulo: Atlas, 1998.		
MARTINS, E. <b>Contabilidade de custos</b> . São Paulo: Atlas, 2000.		
NAKAGAWA, M. <b>Gestão estratégica de custos</b> . São Paulo: Atlas, 1993.		
PIZZOLATO, N. D. <b>Introdução à contabilidade gerencial</b> . São Paulo: Makron Books, 1997.		
SÁ, A. L. de. <b>Contabilidade gerencial</b> . São Paulo: Atlas, 1971.		

DISCIPLINA: Laboratório Empresarial I		
CÓDIGO: 59005	CRÉDITO: 02	PRÉ-REQ:
EMENTA: Visita a uma organização para verificar na prática os conceitos abordados nas disciplinas do primeiro semestre. Relatório escrito e discussão das práticas observadas.		

DISCIPLINA: Sistemas de Informação Gerencial		
CÓDIGO: 48016	CRÉDITO: 04	PRÉ-REQ: -
EMENTA: Definição de informação, de sistemas, de sistemas de informações gerenciais (SIG). Gestão da informação. Tipologia de sistemas de informação (SI) e de tecnologias de informação (TI). Análise e organização de sistemas administrativos. Implantação de SIG dentro de organizações. Impactos da TI e mudanças organizacionais.		
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</b>		
O'BRIEN, James A. <b>Sistemas de informação e as decisões gerenciais na era da internet</b> . 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2004.		
TURBAN, E.; MCLEAN, E. e WETHERBE, J. <b>Tecnologia da informação para gestão: transformando os negócios na economia digital</b> . Porto Alegre: Bookman: 2004.		
<b>COMPLEMENTAR</b>		
CAUTELA, A. L.; POLLONI, E. G. F. <b>Sistemas de informação na administração de empresas</b> . 4 ed. São Paulo: Atlas, 1996.		
MARCOVITCH, J. (Org.) <b>Tecnologia da informação e estratégia empresarial</b> . 1 ed. São Paulo: Universidade de São Paulo. 1996.		
SPRAGUE, H. H. Jr., WATSON, H. J. <b>Sistema de apoio à decisão: colocando a teoria em prática</b> . 2 ed. Rio de Janeiro: Campus, 1991.		
TORRES, N. A. <b>Competitividade empresarial com a tecnologia de informação</b> . 1 ed. São Paulo: Makron Books, 1995.		

DISCIPLINA: Gestão de Compras II		
CÓDIGO: 59006	CRÉDITO: 04	PRÉ-REQ:
EMENTA: Aplicações – decisões de fabricar ou comprar e sub-contratação, compra de commodities, compra internacional, bens de capital, compra para revenda, compra de serviços. Sistemas, controles e pessoal – Sistemas de compras, controle de desempenho, de eficiência e de eficácia, pessoal de compras, pesquisa em compras e suprimentos.		
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</b>		
BAILY, Peter et all. <b>Compras</b> : princípios e administração. São Paulo: Atlas, 2000.		
GIGLIO, Ernesto M. <b>O comportamento do consumidor</b> . 2.ed. São Paulo: Pioneira, 2002.		
JOHNSTON, Robert. <b>Administração de operações de serviços</b> . São Paulo: Atlas, 2002.		
<b>COMPLEMENTAR</b>		
BARROS FILHO, Clóvis de; CASTRO, Gisela. (Org.). <b>Comunicação e práticas de consumo</b> . São Paulo: Saraiva, 2007.		
BURBRIDGE, R. Marc et all. <b>Gestão de negociação</b> : como conseguir o que se quer sem ceder o que não se deve. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2007.		
LEWICKI, Roy J.; HIAM, Alexander. <b>MBA compacto</b> : estratégias de negociação e fechamento. Rio de Janeiro: Campus, 2003.		
LIMEIRA, Tania Maria Vidigal. <b>Comportamento do consumidor brasileiro</b> . São Paulo: Saraiva, 2008.		
SROUR, Robert Henry. <b>Ética Empresarial</b> : a gestão da reputação. 2.ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.		

DISCIPLINA: Composto Promocional		
CÓDIGO: 4721	CRÉDITO: 04	PRÉ-REQ: -
<p>EMENTA: Comunicação em marketing. Subsistema de promoção e suas ferramentas: venda pessoal, promoção no canal de distribuição, de incentivo, ao consumidor, merchandising, promoção institucional, publicity e publicidade. Estratégias de cada ferramenta e estratégias promocionais. Composto de promoção e sistema de marketing.</p>		
<p><b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</b></p> <p>PINHO, J. B. <b>Comunicação em marketing</b>: princípios da comunicação mercadológica. 6.ed. São Paulo: Papyrus, 2001.</p> <p>OGDEN, James R. <b>Comunicação integrada em marketing</b>. São Paulo: Prentice Hall, 2002.</p>		
<p><b>COMPLEMENTAR</b></p> <p>CAHEN, Roger. <b>Tudo que seus gurus não lhe contaram sobre comunicação empresarial</b>. São Paulo: Best Seller, 1990.</p> <p>COSTA, Antonio R. <b>Marketing promocional</b>: descobrindo os segredos do mercado. São Paulo: Atlas, 1996.</p> <p>GRACIOSO, Francisco. <b>Propaganda Institucional</b>: nova arma estratégica da empresa. São Paulo: Atlas, 1995.</p> <p>KINCAID Jr, William. <b>Promoção</b>: produtos, serviços e idéias. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.</p> <p>KUNSCH, Margarida M. K. <b>Planejamento de relações públicas na comunicação integrada</b>. São Paulo: Summus, 1986.</p> <p>KOTLER, Phillip. <b>Administração de marketing</b>: análise, planejamento, implementação e controle. São Paulo: Atlas, 1998.</p> <p>LAMPREIA, J. Martins. <b>Técnicas de comunicação</b>: Publicidade, Propaganda e Relações Públicas. 7. ed. [s.l.]: Publicações Europa-America, [s.d.], 1996.</p> <p>LUPETTI, Marcélia. <b>Planejamento de comunicação</b>. São Paulo: Futura, 2000.</p> <p>MATTOS, Sílvia. <b>A revolução dos instrumentos de comunicação com os públicos - como atingir com eficácia os públicos da empresa em tempo de Internet</b>. Porto Alegre: Comunicação Integrada, 1995.</p> <p>PINHO, J. B. <b>Comunicação em marketing</b>: princípios da comunicação mercadológica. 2. ed. Campinas: Papyrus, 1990.</p> <p>_____. <b>O poder das marcas</b>. São Paulo: Summus, 1996.</p> <p>RIBEIRO, Júlio Cesar. <b>Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar</b>. São Paulo: Atlas, 1986.</p> <p>SILVA, Joaquim C. da. <b>Merchandising no varejo de bens de consumo</b>. São Paulo: Atlas, 1990.</p>		

DISCIPLINA: Direito Civil IV – Contratos		
CÓDIGO: 3122	CRÉDITO: 04	PRÉ-REQ: -
EMENTA: Teoria geral dos contratos. Contratos em espécie. Atos unilaterais. Outras modalidades contratuais.		
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</b>		
DINIZ, Maria Helena. <b>Curso de Direito Civil brasileiro</b> : teoria das obrigações contratuais e extracontratuais. São Paulo: Saraiva, 2004. v. 3		
GONÇALVES, Carlos Roberto. <b>Direito Civil brasileiro</b> : contratos e atos unilaterais. São Paulo: Saraiva, 2004. v. 3.		
<b>COMPLEMENTAR</b>		
BIERWAGEN, Mônica Y. <b>Princípios e regras de interpretação dos contratos no novo Código Civil</b> . 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.		
COELHO, Fábio Ulhoa. <b>Curso de Direito Civil</b> . São Paulo: Saraiva, 2005, v. 3		
DINIZ, Maria Helena. <b>Tratado teórico e prático dos contratos</b> . São Paulo: Saraiva, 2003. 5 v.		
GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA FILHO, Rodolfo. <b>Novo curso de Direito Civil</b> : contratos – teoria geral. São Paulo: Saraiva, 2005. v. 4, t. 1.		
MONTEIRO, Washington de Barros. <b>Curso de Direito Civil</b> . Direito das Obrigações, 2ª parte. São Paulo: Saraiva, 2003. v. 5.		
PEREIRA, Caio Mário da Silva. <b>Instituições de Direito Civil</b> : contratos. Rio de Janeiro: Forense, 2004. v. 3.		
RIZZARDO, Arnaldo. <b>Contratos</b> . Rio de Janeiro: Forense, 2004.		
RODRIGUES, Sílvio. <b>Direito Civil</b> : dos contratos e das declarações unilaterais da vontade. 28. ed. São Paulo: Saraiva, 2002. v. 3		
VENOSA, Sílvio de Salvo. <b>Direito Civil</b> : contratos em espécie. São Paulo: Atlas, 2004. v. 3.		
_____. <b>Direito Civil</b> : teoria geral das obrigações e teoria geral dos contratos. São Paulo: Atlas, 2004. v. 2.		

DISCIPLINA: Laboratório Empresarial II		
CÓDIGO: 59007	CRÉDITO: 02	PRÉ-REQ:
EMENTA: Visita a uma organização para verificar na prática os conceitos abordados nas disciplinas do segundo e terceiro semestre. Relatório escrito e discussão das práticas observadas.		

DISCIPLINA: Estratégias e Segmentação de Mercado		
CÓDIGO: 4723	CRÉDITO: 04	PRÉ-REQ:
EMENTA: Conceito. Eficácia no atendimento a necessidades e desejos do consumidor. Níveis, padrões, bases e procedimentos para segmentação. Avaliação e seleção de segmentos e nichos de mercado. Mercado alvo. Perfil do consumidor. Bancos de dados e possibilidade de pequenos segmentos de mercado.		
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</b>		
RICHERS, Raimar; LIMA, Cecília. <b>Segmentação</b> : opções estratégicas para o mercado brasileiro. São Paulo: Nobel, 1991.		
WEINSTEIN, Art. <b>Segmentação de mercado</b> . São Paulo: Atlas, 1995.		
<b>COMPLEMENTAR</b>		
BERRIGAN, John. <b>Marketing de segmentação</b> . São Paulo: Makron Books, 1994.		
CHURCHILL JR., Gilbert; PETER, Paul. <b>Marketing</b> : criando valor para o cliente. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2000.		
GHEMAVAT, Pankaj. <b>A estratégia e o cenário dos negócios</b> : texto e casos. Porto Alegre: Bookman, 2000.		
GIGLIO, Ernesto M. <b>O comportamento do consumidor</b> . São Paulo: Pioneira, 2002.		
KOTLER, Philip. <b>Administração de marketing</b> : análise, planejamento, implementação e controle. São Paulo: Atlas, 1998.		
_____. <b>Princípios de marketing</b> . Rio de Janeiro: Prentice Hall, 2003.		
MONTGOMERY, Cynthia. <b>Estratégia</b> : a busca da vantagem competitiva. Rio de Janeiro: Campus, 1999.		

DISCIPLINA: Gestão de Vendas		
CÓDIGO: 3336	CRÉDITO: 04	PRÉ-REQ: -
EMENTA: Introdução à gestão de vendas. Conceitos, funções e evolução histórica. Campos de atuação. Análise potencial de mercado e previsão de vendas. Orçamentos do departamento de vendas. Técnicas de vendas e estruturação da equipe de vendas. Funções gerenciais de vendas. Avaliação da equipe de vendas. Seleção, treinamento e motivação da equipe. Remuneração da equipe de vendas. Ética nas atividades de vendas.		
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</b>		
COBRA, M. <b>Administração de vendas</b> . 4ed. São Paulo: Atlas, 1994		
KOTLER, P. <b>Marketing</b> . São Paulo: Atlas, 1995.		
<b>COMPLEMENTAR</b>		
BROOKS, W. T. <b>Vendas de alto impacto</b> . 3ed. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.		
CARVALHO, A. V. de. <b>Avaliação de equipes de vendas</b> . São Paulo: Atlas, 1989.		
LAS CASAS, A. L. <b>Administração de vendas</b> . São Paulo: Atlas, 2005.		
ROGERS, L. <b>Administração de vendas e marketing</b> . São Paulo: Makron Books, 1993.		
SILVA, J. C. da. <b>Gerência de vendas: visão prática de um profissional</b> . 2ed. São Paulo: Atlas, 1990.		

DISCIPLINA: Gestão de Marcas		
CÓDIGO: 4755	CRÉDITO: 04	PRÉ-REQ:
EMENTA: Definição de marca. Tipos de marca. Estratégias de definição de nome de marca. Estratégia de marca. Valor da marca. Patrimônio de marca (Brand Equity). Extensões de marca. Globalização de marcas. Estratégias em longo prazo. Posicionamento e reposicionamento de marca. Marcas próprias e política de marcas. Valor de marca percebido. Marca como fonte de vantagem competitiva.		
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</b>		
KELLER, Lane Kevin; Machado Marcos. <b>Gestão estratégica de marcas</b> . Pearson / Prentice Hall. 2005.		
RIES, Al; RIES, Laura. <b>Origem das marcas</b> . M. Books. 2005.		
<b>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR</b>		
ROBERTS, Kevin. <b>Lovemarks: o futuro além das marcas</b> . M. Books. 2005.		
SAMPAIO, RAFAEL. <b>Marca de A a Z: como construir e manter marcas de sucesso</b> . Campus. 2004.		
KAPFERER, Jean-Noél. <b>Marcas a prova de prática – aprendendo com os erros</b> . Bookman, 2004.		
IRIGARAY, Hélio Arthur. <b>Gestão e desenvolvimento de produtos e marcas</b> . FGV, 2004.		
KAPFERER, Jean-Noél. <b>O que vai mudar as marcas</b> . Bookman, 2004		
PETIT, Francesc. <b>Marca. Futura</b> . 2003		
HAIGH, David; Nunes, Gilson. <b>Marca, valor do intangível</b> . Atlas, 2003		
STRUNCK, Gilberto. <b>Como criar identidades visuais para marcas de sucesso</b> . Rio Books, 2003.		
AAKER, David. <b>Marcas: Brand Equity. Gerenciando o valor da marca</b> . 2. ed. São Paulo:Negócio, 2000.		

DISCIPLINA: Gestão de Transportes e Multimodalidade		
CÓDIGO: 55009	CRÉDITO: 04	PRÉ-REQ: -
<p>EMENTA: Introdução aos transportes: conceitos básicos, tipos de modais e tecnologia. Multimodalidade, intermodalidade e terminais de carga. Dimensionamento de frota, ciclo veicular. Planejamento e operação de sistemas de transporte de carga com enfoque logístico. custos e fretes. Roteirização. Categorias de cargas. Custos de investimento e de operação. Documentação. Sistemas de informação e rastreamento. Exigências da logística integrada ao transporte. Problemas de fluxo máximo e fluxo de custo mínimo. Roteamento de veículos. Planejamento do sistema de movimentação e armazenagem externa de materiais. A distribuição física. Divisão de região em zonas. Estratégias de distribuição. Operações eficientes em armazéns: cross-docking (cruzamento de docas). Localização de depósitos(CDs).</p>		
<p><b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</b></p> <p>NOVAES, A.G. <b>Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição</b>: estratégia, operação e avaliação. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2004.</p> <p>FLEURY, Paulo F. <b>Logística empresarial</b>: a perspectiva brasileira. São Paulo: Atlas, 2000.</p>		
<p><b>COMPLEMENTAR</b></p> <p>BALLOU, Ronald H. <b>Gerenciamento da cadeia de suprimentos</b>: planejamento, organização e logística empresarial – 4a Ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.</p> <p>BOWERSOX, Donald J.; CLOSS, David J. <b>Logística empresarial</b>: o processo de integração da Cadeia de Suprimento. São Paulo: Atlas, 2001.</p> <p>CHRISTOPHER, Martin. <b>Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos</b>. São Paulo: Pioneira, 1997.</p> <p>FARIA, Ana Cristina de.; COSTA, Maria de Fátima Gameiro da. <b>Gestão de custos logísticos</b>. São Paulo: Atlas, 2005.</p> <p>KEEDI, Samir. <b>Transportes, unitização e seguros internacionais de cargas</b>. São Paulo. Lex Editora. 2005.</p> <p>PORTO, Marcos Maia. <b>Transportes, seguros e a distribuição física internacional de mercadorias</b>. São Paulo: Aduaneiras. 2000.</p> <p>VIEIRA, Guilherme Bergmann Borges. <b>Transporte internacional de cargas</b>. São Paulo: Aduaneiras. 2001.</p>		

DISCIPLINA: Laboratório Empresarial III		
CÓDIGO: 59008	CRÉDITO: 02	PRÉ-REQ:
<p>EMENTA: Visita a uma organização para verificar na prática os conceitos abordados nas disciplinas do quarto e quinto semestre. Relatório escrito e discussão das práticas observadas.</p>		

DISCIPLINA: Planejamento e Estratégias Organizacionais		
CÓDIGO: 48023	CRÉDITO: 04	PRÉ-REQ: -
EMENTA: Introdução ao planejamento. Conceituação básica. Característica. Níveis de decisão. Tipos de planos: estratégico, tático e operacional. Políticas organizacionais. Conceitos de estratégia empresarial. Relações da empresa com os cenários ambientes. Análise ambiental: pontos fortes e fracos. Recursos empresariais. Análise ambiental externa. Ameaças e oportunidades. Estratégias genéricas. Vantagem competitiva. Grupos estratégicos. Alianças estratégicas. Clusters.		
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</b>		
OLIVEIRA, Djalma P. R. <b>Planejamento estratégico</b> : conceitos, metodologia e práticas. São Paulo: Atlas, 2002.		
PORTER, M. E. <b>Estratégia competitiva</b> : técnicas para análise de indústrias e da concorrência. Rio de Janeiro: Campus, 1986.		
<b>COMPLEMENTAR</b>		
ANSOFF, I. H. <b>A nova estratégia empresarial</b> . São Paulo: Atlas, 1990.		
PORTER, M. E. <b>Vantagem competitiva</b> . Rio de Janeiro: Campus, 2004.		
TREGOE, B. B. <b>A estratégia da alta gerência</b> . 2.ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1984.		
ANSOFF, H. Igor. <b>Administração estratégica</b> . São Paulo: Atlas, 1988.		
CARAVANTES, Geraldo. <b>Teoria geral da administração</b> : pensando e fazendo. 2. ed. Porto Alegre: AGE, 2000.		
CERTO, Samuel C. <b>Administração estratégica</b> : planejamento e implantação da estratégia. São Paulo: Makron Books, 1993.		

DISCIPLINA: Tópicos Especiais em Gestão Comercial		
CÓDIGO: 59009	CRÉDITO: 02	PRÉ-REQ: -
EMENTA: Serão abordados temas atuais e que sejam importantes para a complementação da formação do profissional da área de gestão comercial. Os temas serão indicados pelo coordenador do curso e aprovados pelo conselho de curso.		
<b>BIBLIOGRAFIA</b>		
Será utilizada a bibliografia do curso.		

DISCIPLINA: Oficina de Negociação		
CÓDIGO: 55012	CRÉDITO: 04	PRÉ-REQ: -
EMENTA: Processo de negociação, etapas e importância para a função de compras. Vantagens e desvantagens nos processos de negociação. Desafios, resistência, flexibilidade, equilíbrio e persuasão nas negociações. Negociação com clientes e fornecedores.		
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</b>		
MELLO, Jose Carlos Martins F. de. <b>Negociação baseada em estratégia</b> . 2. ed. São Paulo: Atlas, 2005.		
MIRANDA, Márcio. <b>Negociando para ganhar</b> : "desenvolver suas habilidades como negociador é a chave do sucesso para seus negócios e sua vida". Salvador: Casa da Qualidade, 2003.		
<b>COMPLEMENTAR</b>		
COSTA, Roberto Figueiredo. <b>Negociação para compradores</b> : como adquirir vantagem competitiva nas negociações profissionais. São Paulo: Edicta, 2003.		
TRUMP, Donald J.. <b>Trump</b> : a arte da negociação. Rio de Janeiro: Campus, 1988.		
MARTINELLI, Dante P.; VENTURA, Carla A. A.; MACHADO, Juliano R.. <b>Negociação internacional</b> . São Paulo: Atlas, 2004.		
BURBRIDGE, R. Marc. et al. <b>Gestão de negociação</b> . São Paulo: Saraiva, 2005.		
ANDRADE, Rui Otavio Bernardes de; ALYRIO, Rovigati Danilo; MACEDO, Marcelo Alvaro da Silva. <b>Princípios de negociação</b> : ferramentas e gestão. São Paulo: Atlas, 2004.		
LEWICKI, Roy J.; SAUNDERS, David M.; MINTON, John W.. <b>Fundamentos da negociação</b> . 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.		
WANDERLEY, Jose Augusto. <b>Negociação total</b> : encontrando soluções, vencendo resistências, obtendo resultados. Sao Paulo: Gente, 1998.		
DONALDSON, Michael; DONALDSON, Mimi. <b>Técnicas de negociação</b> . Rio de Janeiro: Campus, 1999.		

DISCIPLINA: Laboratório Empresarial IV		
CÓDIGO: 59010	CRÉDITO: 02	PRÉ-REQ:
EMENTA: Visita a uma organização para verificar na prática os conceitos abordados nas disciplinas do sexto semestre. Relatório e discussão das práticas observadas.		

**13 CORPO DOCENTE****QUADRO 2 - Disciplinas com corpo docente atual e formação acadêmica**

DISCIPLINA	PROFESSOR	TITULAÇÃO
Fundamentos de Administração	Cristina Marmitt	Graduação em Administração (FACEAT/1996) Especialização em Marketing (UNIVATES/1998) Especialização em Gestão Universitária(UNIVATES/2001) Mestrado em Administração (UFRGS/2001)
Fundamentos de Contabilidade	Ari Kunzel	Graduação em Ciências Econômicas (FACEAT/1982) Graduação em Ciências Contábeis (FACEAT/1988) Especialização em Contabilidade Gerencial (UNISC/1993) Especialização em Gestão e Liderança Universitária(UNISUL/2007) Mestrado em Administração (UFRGS, 2001)
Fundamentos de Gestão Comercial	A definir	-
Fundamentos de Recursos Humanos	Evania Schneider	Graduação em Ciências Contábeis (FACEAT/1992) Graduação em Administração (UNIVATES/2005) Especialização em Administração e Formação de Recursos Humanos (ULBRA/1994) Mestrado em Administração (UFRGS/2001)
Fundamentos de Marketing	Gerson J. Bonfadini	Graduação em Administração (UFRGS/1994) Especialização em Marketing (UNIVATES/1998) Mestrado em Desenvolvimento Regional (UNISC/1998) Doutor em Comunicação Social (PURS/2007)
Técnicas de Vendas	Wendalina Carreno da Cunha	Graduação em Administração de Empresas (PUC-RS/1999) Especialização em Pedagogia na Empresa (FACINTER/2003)
Marketing Pessoal	Sandro Nero Faleiro	Graduação em Administração (UNIVATES/1997) Especialização em Gestão Universitária (UNIVATES/2007) Mestrado em Administração (UFRGS/2001)
Gestão de Compras I	Cintia Agostini	Graduação em Ciências Econômicas (UNIVATES/2002) Especialização em Cenários Econômicos e Estratégias para a Tomada de Decisão (UNIVATES/2004) Mestrado em Ambiente e Desenvolvimento (Univates/08)
Gestão de Compras II	Hélio Diedrich	Graduação em Administração (FACEAT/1996) Mestrado em Engenharia de Produção (UFRGS/2002)
Aquisição e Armazenagem de Materiais	Carlos C. da Silva Cyrne	Graduação em Administração (UNISC/1995) Especialização em Gestão da Qualidade Total (UNISC/1997) Especialização em Gestão Universitária(UNIVATES/2007) Especialização em Gestão e Liderança Universitária(UniVap/2008) Especialização em Administração Universitária(IGLU/2008) Mestrado em Engenharia de Produção (UFSM/1999)

<b>DISCIPLINA</b>	<b>PROFESSOR</b>	<b>TITULAÇÃO</b>
Tópicos Especiais em Gestão Comercial	Euclides Scheid	Graduação em Medicina Veterinária (UFRGS/1985) Graduação em Administração (FACEAT/1996) Especialização em Marketing (UNIVATES/1998) Mestrado em Administração (UFRGS/2001)
Gestão de Vendas	Ricardo Alberto Kober	Graduação em Administração (FACEAT/1994) Especialização em Marketing (UNIVATES/1998) Mestrado Administração (UFRGS/2001)
Fundamentos de Economia	Julia E. Barden	Graduação em Ciências Econômicas (UNISC/1995) Mestrado em Economia Rural (UFRGS, 1999)
Planejamento e Estratégias Organizacionais	João Carlos Britto	Graduação em Administração (FACEAT/1994) Especialização em Administração Estratégica: Gestão da Qualidade (FACEAT/1996) Especialização em Gestão Universitária(UNIVATES/2007) Mestrado em Administração de Empresas (PUC/RJ/2001)
Empreendedorismo	Cristina Dai Prá Martens	Graduação em Administração (UPF/1994) Especialização em Gestão Universitária (UNIVATES/2007) Mestrado em Administração (UFRGS/UNIVATES/2001)
Gestão de Processos	Álvaro G. W. Junqueira	Graduação em Administração (FISC/1990) Especialização em Gerência da Produção (UFSM/1999) Mestrado em Administração (UFRGS/2006)
Direito Civil IV - Contratos	Beatris Francisca Chemin	Graduação em Administração (FISC/1990) Especialização em Gerência da Produção (UFSM/1999) Mestrado em Administração (UFRGS/2006)
Gestão de Custos	Marciano Schorr	Graduação em Ciências Contábeis (UNIVATES/1998) Especialização em Controladoria - Custos, Capital de Giro e Orçamento (UNIVATES/2001) Mestrado em Administração(UFRGS/2006)
Composto Promocional	Lizete Berrá	Graduação em Administração (FACEAT, 1994) Aperfeiçoamento em Formação Pedagógica de Docentes (UNIVATES, 2003) Especialização em Marketing (UNIVATES, 1998) Mestrado em Produção (UFSM, 2003)
Oficina de Negociação	Ivan Lapuente Garrido	Graduação em Ciências Econômicas (PUCRS/1986) Aperfeiçoamento em Análise Estatística Com o Uso do Spss (UNISINOS/2001) Especialização em Marketing (PUCRS/1995) Mestrado em Administração de Empresas (PUC/RJ/2001) Doutor em Administração (UFRGS/2007)
Gestão de Marcas	Elizete de Azevedo Kreutz	Graduação em Letras (FECLAT/1989) Especialização em Língua Inglesa (FECLAT/1991) Mestrado em Comunicação Social (PUC-RS/2001) Doutorado em Comunicação Social (PUC-RS/2005)
Estratégia e Segmentação de Mercado	Caroline Bucker	Graduação em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda (UFRGS/1996) Especialização em Marketing (PUC-RS/2001)
Plano de Marketing	Gerson J. Bonfadini	Graduação em Administração (UFRGS, 1994) Especialização em Marketing (UNIVATES, 1998) Mestrado em Desenvolvimento Regional (UNISC 1998) Doutor em Comunicação Social (PUC-RS/2007)

DISCIPLINA	PROFESSOR	TITULAÇÃO
Gestão de Transporte e Multimodalidade	Jairo L. Wermann	Graduação em Administração – Comércio Exterior (UNIVATES/1999) Especialização e Negócios Internacionais (UNIVATES/2004)
Sistemas de Informações Gerenciais	Sandra M. Auler	Graduação em Ciências Contábeis (UNIVATES, 1998) Especialização em Controladoria (UNIVATES, 2001) Mestrado em Administração, (UFRGS, 2005)
Laboratório Empresarial I	Lizete Berrá	Graduação em Administração (FACEAT, 1994) Aperfeiçoamento em Formação Pedagógica de Docentes (UNIVATES, 2003) Especialização em Marketing (UNIVATES, 1998) Mestrado em Produção (UFSM, 2003)
Laboratório Empresarial II	Marcelo A. Machado	Graduação em Bacharel em Administração de Empresas (FISC/1991) Especialização em Curso de Pós Graduação Em Relações Internacionais (ULBRA/1996) Mestrado em Administração de Empresas (PUC/RJ/2001)
Laboratório Empresarial III	Rogério A. Kober	Graduação em Administração (FACEAT/1994) Especialização em Gerência da Produção (UNIVATES, 1999) Mestrado em Administração (UFRGS/2007)
Laboratório Empresarial IV	Charles J. Schwingel	Graduação em Administração (UNIVATES/1997) Mestrado em Administração (UFRGS/2001)

**QUADRO 3 - Relação do corpo docente atual, titulação, regime de trabalho e procedência**

PROFESSOR	TITULAÇÃO	REGIME DE TRABALHO	PROCEDÊNCIA
Álvaro G. W. Junqueira	Mestre	Horista	Lajeado
Ari Kunzel	Mestre	TC 40	Lajeado
Beatris Francisca Chemin	Mestre	TC DE	Lajeado
Carlos C. S. Cyrne	Mestre	TC DE	Lajeado
Caroline Bücken	Especialista	Horista	Lajeado
Charles J. Schwingel	Mestre	Horista	Lajeado
Cintia Agostini	Mestre	Horista	Lajeado
Cristina Marmitt	Mestre	TC DE	Lajeado
Cristina Dai Prá Martens	Mestre	TC 40	Lajeado
Elizete de Azevedo Kreutz	Doutora	TC 40	Lajeado
Euclides Scheid	Mestre	Horista	Arroio do Meio
Evania Schneider	Mestre	TC 20	Teutônia
Gerson J. Bonfadini	Doutor	TC DE	Lajeado
Hélio Diedrich	Mestre	Horista	Teutônia
Ivan Lapuente Garrido	Doutor	Horista	São Leopoldo
Jairo L. Wermann	Especialista	Horista	Lajeado
João Carlos Britto	Mestre	TC DE	Estrela
Júlia E. Barden	Mestre	TC 40	Venâncio Aires

PROFESSOR	TITULAÇÃO	REGIME DE TRABALHO	PROCEDÊNCIA
Lizete Berrá	Mestre	TC 40	Lajeado
Marcelo A. Machado	Mestre	Horista	Santa Cruz do Sul
Marciano Schorr	Mestre	Horista	Lajeado
Ricardo Alberto Kober	Mestre	Horista	Lajeado
Rogério A. Kober	Mestre	Horista	Lajeado
Sandra M. Auler	Mestre	Horista	Lajeado
Sandro Nero Faleiro	Mestre	TC 40	Lajeado
Wendalina Carreno da Cunha	Especialista	Horista	Estrela

**QUADRO 4 - Relação do corpo docente atual com detalhamento da experiência profissional de ensino e experiência profissional na área profissional do curso**

PROFESSOR	NÍVEL	INSTITUIÇÃO	PERÍODO
Álvaro G. W. Junqueira	Ensino	Centro Universitário UNIVATES	02/2000 – Atual
	Serviços técnicos especializados	Governo do Estado do Rio Grande do Sul	9/2000 – Atual
Ari Kunzel	Serviços técnicos especializados	Schumacher Escritório de Contabilidade Ltda	11/1977 - 7/1982
	Ensino	Centro Universitário UNIVATES	1/1992 - Atual
Beatriz Francisca Chemin	Serviços Técnicos Especializados	Jornal O Informativo do Vale	1973 – 1985
	Ensino	Escola Cenecista de 2º Grau João Batista de Mello	1981 – 1982
	Ensino	Secretaria de Educação e Cultura	1983 – 1998
	Serviços Técnicos Especializados	Beatriz Francisca Chemin	1990 – Atual
	Ensino	Centro Universitário UNIVATES	1981 – Atual
Carlos C. S. Cyrne	Ensino	Universidade de Santa Cruz do Sul	2000-2006
	Ensino	Centro Universitário UNIVATES	1996 - Atual
Caroline Bucker	Serviços Técnicos Especializados	Fator8 Desenvolvimento Humano e Empresarial	2001 – Atual
	Serviços Técnicos Especializados	CB Desenvolvimento Humano e Empresarial	2003 – Atual
	Ensino	Centro Universitário UNIVATES	2008 – Atual
	Serviços Técnicos Especializados	Distribuidora de Produtos de Petróleo Ipiranga	1995 - 1999
	Serviços Técnicos Especializados	Tintas Renner S/A	1999 - 2000
	Serviços Técnicos Especializados	Rossi Residencial	1999 - 1999
	Serviços Técnicos Especializados	ThyssenKrup Madri	2000 - 2000

Resolução 104/REITORIA/UNIVATES, de 27/08/2008

<b>PROFESSOR</b>	<b>NÍVEL</b>	<b>INSTITUIÇÃO</b>	<b>PERÍODO</b>
Charles J. Schwingel	Serviços Técnicos Especializados	Banco do Brasil S.A.	3/1983 – Atual
	Ensino	Centro Universitário UNIVATES	7/2003 – Atual
Cintia Agostini	Serviços Técnicos Especializados	Associação dos Municípios do Vale do Taquari (AMVAT)	3/1997 – 6/1998
	Serviços Técnicos Especializados	Centro Universitário UNIVATES	1998 – Atual
	Ensino	Centro Universitário UNIVATES	04/2006 – Atual
Cristina Marmitt	Serviços Técnicos Especializados	Cooperativa dos Suinocultores de Encantado Ltda	11/1991 - 12/2000
	Ensino	Centro Universitário UNIVATES	8/1999 – Atual
Cristina Dai Prá Martens	Serviços Técnicos Especializados	Industrial Madeireira Soledadense Ltda	9/1990 - 6/1992
	Serviços Técnicos Especializados	Banco Meridional do Brasil S.A.	1994 - 1/1997
	Serviços Técnicos Especializados	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas	12/1998 – 10/2002
	Ensino	Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul	07/2006 – 07/2006
	Ensino	Centro Universitário UNIVATES	8/2001 – Atual
Elizete de Azevedo Kreutz	Ensino	Colégio Martin Luther	03/1990 – 07/1990
	Serviços Técnicos Especializados	Elizete de Azevedo Kreutz Me	1996 – 1999
	Serviços Técnicos Especializados	Atitude Comunicação e Marketing	1999 - 2000
	Ensino	Centro Universitário Feevale	2000 – 2001
	Ensino	Secretaria de Educação	1986 – 1992 2000 – 2001
	Ensino	Centro Universitário UNIVATES	2001 – Atual
Euclides Scheid	Serviços Técnicos Especializados	Banco do Brasil S.A.	1975 – Atual
	Ensino	Centro Universitário UNIVATES	08/2003 – Atual
Evania Schneider	Serviços Técnicos Especializados	Calçados Reifer Ltda	12/1985 – 2/1997
	Ensino	Centro Universitário UNIVATES	2/1996 – Atual
Gerson J. Bonfadini	Ensino	Centro Universitário UNIVATES	3/1999 – Atual
Hélio Diedrich	Ensino	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial	1986 - 1987
	Serviços Técnicos Especializados	Calçados Reifer Ltda	1988 – Atual
	Ensino	Centro Universitário UNIVATES	2004 – Atual
Ivan Lapuente Garrido	Ensino	Centro Universitário La Salle	9/1999 – 1/2000
	Ensino	Universidade do Vale do Rio dos Sinos	3/2000 – Atual

PROFESSOR	NÍVEL	INSTITUIÇÃO	PERÍODO
	Ensino	Centro Universitário UNIVATES	6/2004 - 12/2006
Jairo L. Wermann	Serviços Técnicos Especializados	Indústria de Calçados Borshceid Ltda	2/1988 – 7/1990
	Serviços Técnicos Especializados	Indústria de Calçados Corvense	7/1990 - 4/1992
	Serviços Técnicos Especializados	Calçados Veluci Ltda	4/1992 – 6/1995
	Serviços Técnicos Especializados	Indústria de Balas Florestal S.A.	7/1995 – 6/2001
	Serviços Técnicos Especializados	Clemar Serviços em Exportação e Importação Ltda	2/2002 – 8/2003
	Serviços Técnicos Especializados	Ambientar Comércio Assessoria e Representação Ltda	8/2003 – Atual
	Ensino	Centro Universitário UNIVATES	3/2005 – Atual
João Carlos Britto	Serviços Técnicos Especializados	Nacional Informática S.A.	10/1983 - 9/1986
	Ensino	Serviço Nacional do Comércio	3/1996 - 4/1996
	Ensino	Colégio Evangélico Alberto Torres	3/1995 – 2/1998
	Ensino	Universidade de Caxias do Sul	8/2001 – 8/2001
	Ensino	Centro Universitário UNIVATES	1998 – Atual
Júlia E. Barden	Ensino	Universidade de Caxias do Sul	1997 – 2007
	Ensino	Centro Universitário UNIVATES	8/1998 – Atual
	Serviços Técnicos Especializados	Universidade do Oeste de Santa Catarina	7/2000 – Atual
Lizete Berrá	Serviços Técnicos Especializados	Rádio Independente Ltda	2/1985 – 12/1988
	Serviços Técnicos Especializados	Katz Comercial Industrial de Máquinas de Refrigeração Ltda	1/1989 - 7/1990
	Serviços Técnicos Especializados	Companhia Estadual de Energia Elétrica	6/1992 – 11/1993
	Serviços Técnicos Especializados	Assex Informática Ltda	11/1993 – 8/1994
	Ensino	Colégio Evangélico Alberto Torres	8/1998 – 7/1999
	Serviços Técnicos Especializados	Italianinho Automóveis S.A.	3/1996 – 7/1998
	Ensino	Centro Universitário UNIVATES	2005 – Atual
Marcelo A. Machado	Ensino	Banco do Brasil S.A.	1/1996 – 12/2000
	Ensino	Faculdade Porto Alegrense	8/2002 – 9/2002
	Ensino	Centro Universitário UNIVATES	1999 – Atual
	Ensino	Universidade do Vale do Rio dos Sinos	1999 – Atual
Marciano Schorr	Serviços Técnicos Especializados	Afonso Jacó Schorr Me	11/1989 – 6/1990

PROFESSOR	NÍVEL	INSTITUIÇÃO	PERÍODO
	Serviços Técnicos Especializados	Lenz Bergesch Contabilidade e Assessoria Ltda	1990 - 1996
	Ensino	Centro Universitário UNIVATES	07/2001 - Atual
	Serviços Técnicos Especializados	Bebidas Fruki S.A.	2007 – Atual
Ricardo Alberto Kober	Ensino	Colégio Evangélico Alberto Torres	8/1998 - 12/1999
	Serviços Técnicos Especializados	Compasul Construção e Serviços Ltda	1998 - Atual
	Ensino	Centro Universitário UNIVATES	1999 – Atual
Rogério Antonio Kober	Serviços Técnicos Especializados	Brasilata S.A. Embalagens Metálicas	2/1987 – Atual
	Ensino	Centro Universitário UNIVATES	2000 – Atual
Sandra Auler	Serviços Técnicos Especializados	Cps Contabilidade e Assessoria Ltda	3/1993 - 9/1998
	Serviços Técnicos Especializados	Schumacher Processamento de Dados Ltda	9/1998 – 3/1999
	Serviços Técnicos Especializados	Alcione Maria Busch	4/1999 – 7/1999
	Serviços Técnicos Especializados	Centro Universitário UNIVATES	1999 – Atual
	Ensino	Centro Universitário UNIVATES	8/2004 - Atual
Sandro Nero Faleiro	Serviços Técnicos Especializados	Kittel Pedras do Brasil Ltda	5/1996 – 7/1997
	Serviços Técnicos Especializados	Weiand S.A. Veículos	3/1998 – 5/2000
	Serviços Técnicos Especializados	Centro Universitário UNIVATES	03/2000 – Atual
	Ensino	Centro Universitário UNIVATES	08/2004 – Atual
Wendalina Carreno da Cunha	Graduação	Univates	2007

**QUADRO 5 - Resumo da titulação e regime de trabalho do corpo docente****TABELA 1 - Resumo com titulação do corpo docente**

Titulação	Número de professores	%
Doutor	3	11,5
Mestre	19	73,1
Especialista	4	15,4
<b>TOTAL</b>	<b>26</b>	<b>100</b>

**TABELA 2 - Resumo com regime de trabalho do corpo docente**

<b>Regime de Trabalho</b>	<b>Número de professores</b>	<b>%</b>
TC/DE	5	19,2
TC/40	6	23,1
TC/20	1	3,8
Horista	14	53,9
<b>TOTAL</b>	<b>26</b>	<b>100</b>

## **14 INFRA-ESTRUTURA DO CURSO**

### **14.1 Infra-estrutura física, recursos materiais**

A Instituição disponibiliza infra-estrutura física (salas de aula, salas especiais, laboratórios, biblioteca, etc.) e recursos materiais e didático-pedagógicos com vistas ao aperfeiçoamento e qualificação do processo ensino-aprendizagem.

### **14.2 Infra-estrutura de acessibilidade às pessoas portadoras de necessidades especiais**

No Centro Universitário UNIVATES os serviços de engenharia e de manutenção adaptam os ambientes para pessoas portadoras de necessidades especiais, objetivando a eliminação de barreiras arquitetônicas e a integração dos espaços para a adequada circulação dos estudantes com deficiências físicas. Para isso, oferece uma série de possibilidades de acesso facilitado e atendimento, dentre os quais podemos citar:

a) Ambulatório de Enfermagem: no ambulatório de enfermagem os alunos podem receber auxílio de profissionais com o uso de equipamentos adequados;

b) Laboratório de Fisioterapia: nos laboratórios de Fisioterapia são realizadas avaliações e atendimentos fisioterapêuticos mediante apresentação de solicitação médica.

c) Adaptações do espaço físico:

— banheiros: em cada prédio do Centro Universitário UNIVATES há um banheiro adaptado, com barras de apoio nas portas e parede e espaço físico adequado para a adequada locomoção;

— vias de acesso: entre os prédios da UNIVATES há rampas no comprimento e angulação adequados aos portadores de necessidades especiais e vias de acesso sem escadas para a locomoção sem obstáculos;

— elevadores: estão sendo providenciados ou já existem elevadores em todos os prédios da Instituição, inclusive na Biblioteca;

— estacionamento: há, pelo menos, uma vaga de estacionamento, em frente a cada prédio da Instituição, reservada e identificada adequadamente para portadores de deficiência física;

— outras adaptações: lavabos, bebedouros e telefones públicos também foram adaptados aos usuários de cadeira de rodas para um mais rápido e fácil acesso.

d) Mobiliário: são disponibilizados móveis com dimensões adequadas aos portadores de deficiência física.

### **14.3 Biblioteca**

#### **14.3.1 Área física**

O prédio da Biblioteca tem área total de 2.696,91m<sup>2</sup>. Abriga em seus três pavimentos, além do acervo, espaço para estudos (individual e em grupo), sala de reprografia, laboratório de informática, sala multimeios (TV/vídeo/DVD), sala de pesquisa às Bases de Dados/COMUT e o Museu Regional do Livro. O acesso aos portadores de necessidades especiais é garantido por meio de uma rampa externa e de um elevador especial para os ambientes internos.

A Biblioteca do Câmpus Encantado dispõe de 142,33 m<sup>2</sup>, abrigando hall de recepção, atendimento/administração, acervo bibliográfico, espaço para estudos em grupo, espaço para estudos individual, espaço para pesquisas (jornais/revistas) e para circulação.

A UNIVATES, no câmpus Lajeado e Encantado, disponibiliza uma biblioteca informatizada, podendo as pesquisas, empréstimos, renovações e reservas do acervo serem efetuados no local ou pela internet. Em Encantado também é possibilitado o serviço de malote diário para receber livros da Sede, que são solicitados pela internet.

#### **14.3.2 Acervo e usuários**

O acervo da Biblioteca Central e do Câmpus de Encantado é constituído por livros, materiais de referência (dicionários, enciclopédias, almanaques, relatórios etc.), material não-convencional (fitas de vídeo, fitas cassete, CD-ROMs, DVDs, calculadoras HP etc.), periódicos nacionais/internacionais (jornais e revistas) assinatura das base de dados *Academic Search Elite*, *Business Source Elite* da EBSCO e de outras base de dados de acesso livre, como *Scientific Electronic Library Online* - SCIELO, Periódicos Eletrônicos em Psicologia – PePSIC, Biblioteca Digital de Teses e Dissertações - BDTD e o Portal de Acesso Livre CAPES.

O acesso ao material bibliográfico dá-se mediante empréstimo domiciliar e consulta local. O acervo da Biblioteca é informatizado através do sistema GNUTECA (*software* desenvolvido pela UNIVATES sob licença GPL, ISO 2709, MARC 21), tendo cada volume identificação por código de barras para uso no sistema de empréstimo e controle de acervo por leitura ótica. O acervo de periódicos está parcialmente informatizado.

Além do acervo bibliográfico (44.000 títulos e 93.603 volumes), a Instituição conta com 352 periódicos correntes e 777 periódicos não-correntes, totalizando 1.129 volumes. A biblioteca possui a assinatura das bases de dados *Academic Search Elite* (base de dados multidisciplinar com mais de 3,505 títulos indexados - 2,735 em texto completo) abrangendo as seguintes áreas do conhecimento: Ciências Biológicas, Ciências Sociais, Ciências Humanas, Educação, Engenharia, Idiomas e Linguística, Computação, Referência Geral, Saúde/Medicina, Arte e Literatura; a *Business Source Elite* (base de dados na área de negócios com mais de 1,100 publicações em texto completo e 10.000 perfis de empresas) abrangendo as seguintes áreas do conhecimento: Negócios, Marketing,

Economia, Gerência, Finanças, Estudos Internacionais, Mercado, Trabalhista, Bancária, Ciências Contábeis e Relatórios de países, e a Regional Business News com mais de 50 jornais regionais dos EUA. O usuário pode acessar os documentos pela Internet (URL) com seu código e senha.

O acervo é constantemente atualizado, independente do suporte de informação. A Instituição tem definida política para aquisição de bibliografia destinando 1% de sua Receita Líquida para esta finalidade. A verba é assim distribuída: 7% para a Pró-Reitoria de Ensino (para novos cursos, suplementação das verbas dos Centros, incluindo o CEP, entre outros), 30% entre os Centros, 45% entre os cursos e os demais 18% entre os cursos novos ou em fase de reconhecimento. A distribuição entre os centros é feita da seguinte forma:

- 50% equitativo: igual para todos os centros e CEP;
- 50% proporcional ao número de alunos de cada Centro e CEP;

A distribuição entre os cursos é feita da seguinte forma:

- 50% equitativo: igual para todos os cursos;
- 50% proporcional ao número de alunos de cada curso.

Os cursos de Pós-Graduação e de Extensão não possuem verba destinada, devendo contar com a bibliografia existente para os cursos de Graduação.

A bibliografia constante nos programas de ensino das disciplinas está dividida em básica e complementar. A bibliografia básica considera a relação de um exemplar para cada dez alunos, e a relacionada como complementar é assim denominada quando existe pelo menos um exemplar à disposição na Biblioteca.

Dos usuários da Biblioteca fazem parte todos os professores, alunos (de todos os níveis de ensino oferecidos pela Instituição), funcionários da Instituição, egressos, ex-alunos e também a comunidade externa para o empréstimo domiciliar.

Os usuários da Biblioteca efetuam suas pesquisas por título, assunto ou autor, pela internet (catálogo *online*) ou em um dos 22 (vinte e dois) terminais de consultas da Biblioteca, sendo que um destes é para uso exclusivo de portadores de necessidades especiais. A reserva e a renovação do material retirado podem ser efetuadas pela internet ou na Biblioteca. Através da internet o usuário pode também verificar seu histórico de empréstimo e optar pelo recebimento de avisos dois dias antes de vencer o prazo de devolução do material retirado.

#### **14.3.3 Serviços**

Os serviços da Biblioteca compreendem: pesquisa através do Catálogo *On-line* pela internet ou no local; auxílio à pesquisa por telefone, por e-mail; empréstimo domiciliar; acesso à Base de Dados EBSCO, SCIELO, PePSIC, BDTD e ao Portal de Acesso Livre CAPES; empréstimo domiciliar; reserva e renovação (podendo também serem efetuadas via internet); histórico dos materiais retirados; lista das novas aquisições por período e/ou por assunto; link de sugestão para novas aquisições; empréstimo entre bibliotecas; intercâmbio de publicações produzidas pelas Instituições congêneres; Comutação Bibliográfica (COMUT) - (serviço que permite às comunidades acadêmica e

de pesquisa o acesso a documentos em todas as áreas do conhecimento, por meio de cópias de artigos de revistas técnico-científicas, teses e anais de congressos); normalização de trabalhos acadêmicos; visita orientada; levantamento bibliográfico e congelamento (bibliografia não disponível para empréstimo domiciliar, por determinado período, a pedido do professor). Com exceção das obras de referência e periódicos na área do Direito, todo acervo está disponível para empréstimo. Com relação ao serviço de reserva, o sistema de empréstimo envia automaticamente aviso por e-mail informando o usuário sobre a disponibilidade do material por 48 horas.

Para a normalização de trabalhos monográficos, a Biblioteca da UNIVATES disponibiliza horários para atendimento individual. Este serviço tem a finalidade de orientar o(a) aluno(a) nos trabalhos acadêmicos da Instituição, de acordo com o "Guia Prático da UNIVATES para Trabalhos Acadêmicos".

O aluno também pode enviar suas dúvidas pelo *site* da UNIVATES no link Biblioteca/Normalização.

O "Guia Prático da UNIVATES para Trabalhos Acadêmicos" está disponibilizando em arquivo eletrônico no Portal Universo UNIVATES, vinculado ao *site* da UNIVATES.

#### 14.3.4 Resumo do acervo bibliográfico

O quadro a seguir apresenta o número de obras e volumes existentes na Biblioteca do Centro Universitário UNIVATES Câmpus Lajeado e Encantado (resumo do acervo bibliográfico por assunto, segundo a Classificação Decimal Universal - CDU utilizada pela Instituição).

**QUADRO 6 - Resumo do acervo bibliográfico**

CDU	Especificação por assunto	Nºtítulos	Nºvolumes
0	Generalidades/Biblioteconomia/Informação	799	1693
1/14	Filosofia	553	1009
15	Psicologia	812	1691
16	Lógica/Epistemologia	140	258
17	Ética	114	185
2	Religião, Teologia	248	378
30/31 e 39	Sociologia, Sociografia/Etnologia/Folclore	1149	2278
32	Ciência Política	743	1177
33	Economia	2723	5405
34	Direito, Legislação, Jurisprudência	5575	12766
35	Administração Pública/Governo/Assuntos Militares	248	385
36	Assistência Social, Seguros	55	101
37	Educação, Pedagogia	2844	6062
339 e 38	Comércio Exterior	560	1405
50/51 e 311	Ciências Puras, Matemática, Estatística	1616	3662
52/53	Astronomia, Geodesia, Física	548	1369
54	Química, Mineralogia	303	954

Resolução 104/REITORIA/UNIVATES, de 27/08/2008

CDU	Especificação por assunto	Nºtítulos	Nºvolumes
55	Geologia, Meteorologia	88	166
56	Paleontologia	11	31
57	Ciências Biológicas/Antropologia	547	1724
58	Botânica	98	223
59	Zoologia	134	346
6 e 62	Engenharia/Tecnologia em Geral	369	757
61	Medicina(Enfermagem e Farmácia)	1883	6545
63	Agricultura, Silvicultura, Zootecnica	402	876
64	Ciências Doméstica, Economia Doméstica	183	470
654	Telecomunicações	51	92
65/65.01 e 658	Organização/Administração	3595	9205
655	Indústria Gráfica/Tipografia/Editoração	36	77
656	Transportes	13	32
657	Contabilidade	696	2303
659	Publicidade/Propaganda/Relações Públicas	297	515
66/69	Química Industrial, Ofícios e Artes	1090	2752
681.3	Informática	806	1957
7/78	Artes,Urbanização/Arquitetura/Música	1013	1793
79	Educação Física (Esportes/Divertimentos)	829	2768
80/81	Filologia e Lingüística	1799	3983
82	Literatura	1618	2488
869.0(81)	Literatura Brasileira	3513	5650
820 e83/89	Literatura Estrangeira	2451	3392
91	Geografia	273	489
92	Biografia	407	548
9/99	História	1346	2470
<b>Subtotal</b>		<b>42.578</b>	<b>92.430</b>
R	Referência	588	1675
M/P/T/D/E/F	Monografia/Projetos/Teses/Dissertações/Especialização/Folhetos/Projeto Es	1.856	1.927
AN/CE/BA/C/R E/G	Anuário/Censo/Balanco/Catálogo/Relatório/Governo	481	609
NTT/N	Normas Técnicas/Normas	105	203
<b>Total Lajeado</b>		<b>45.608</b>	<b>96.844</b>
Biblioteca Câmpus Encantado		1524	3181
Materiais em Setores		775	900
Materiais em Projetos		106	110
<b>Total Geral</b>		<b>48.013</b>	<b>101.035</b>

#### 14.4 Infra-estrutura de Informática

O Centro Universitário UNIVATES conta atualmente com 21 (vinte e um) Laboratórios de Informática, sendo que 20 (vinte) laboratórios estão localizados no Campus de Lajeado e 01 (um) no Campus Universitário de Encantado. Deste total, 15 (quinze) laboratórios são de uso comum e 06 (seis) laboratórios de uso específico para determinados cursos ou disciplinas. Todos os laboratórios estão interligados em rede e possuem acesso à Internet, garantido pelo provedor interno da instituição, que visa oferecer as melhores condições didáticas de uso destes recursos aos alunos, professores e funcionários em suas atividades de ensino, pesquisa e extensão. A finalidade dos laboratórios de informática é permitir a prática de atividades relacionadas ao ensino, à pesquisa e ao desenvolvimento do conhecimento na área da informática, dentro da disponibilidade dos laboratórios e respeitando seu regulamento de uso. O acesso aos laboratórios e seus recursos é garantido, a toda comunidade acadêmica, mediante requisição de cadastro realizada diretamente nos laboratórios de informática ou na biblioteca da instituição.

Todos os cursos oferecidos pelo Centro Universitário UNIVATES utilizam-se destes recursos/equipamentos para desenvolver e aprimorar o conhecimento dos alunos em diversas áreas. O uso dos laboratórios de informática não atende somente as disciplinas ligadas aos cursos da área da informática, fornecem também suporte para que outras disciplinas se beneficiem destes recursos. O currículo de diversos cursos técnicos, de graduação e pós-graduação exige a realização de trabalhos de conclusão com relatórios, na forma de monografias, trabalhos de conclusão ou estágios. Esses trabalhos de conclusão de curso estão sendo realizados com o uso de inúmeros softwares, como editores de texto, planilhas de cálculo, entre outros softwares específicos, uma vez que se tornou exigência dos departamentos da instituição apresentar trabalhos digitados e de forma padronizada (normas ABNT), melhorando a apresentação e ampliando o conhecimento do aluno em informática. Assim, os laboratórios de informática são hoje, um dos principais instrumentos de pesquisa na busca pelo conhecimento, no apoio extra-classe e facilitadores das atividades acadêmicas normais. O uso dos laboratórios e de seus recursos, por parte de alunos e professores, prioriza as disciplinas práticas dos cursos da instituição e nos horários em que as mesmas não ocorrem o acesso é livre a qualquer usuário interessado.

A seguir, apresentamos a descrição dos 15 (quinze) laboratórios de uso geral da instituição.:

#### QUADRO 7 - Descrição do Laboratório de Informática do Prédio 01 - sala 117

Quant.	Descrição
<b>Equipamentos</b>	
10	<b>QUADRO 1</b> - Computadores Pentium IV 1,7 Ghz, 2 Gb RAM, Sistema E-Stars – Bitwin. (02 CPUs compostas por 05 monitores, 5 teclado e 5 mouses)
02	Estabilizadores p/CPU
<b>Sistemas Operacionais Instalados</b>	

Quant.	Descrição
	Microsoft Windows XP
<b>Móveis</b>	
10	Mesas para computador
01	Mesa do professor
10	Cadeiras estofadas fixas padrão UNIVATES
<b>Diversos</b>	
01	Quadro branco laminado de sala de aula
01	Condicionadores de Ar 18000 BTU'S
01	Quadro mural 1,2m x 1,0m

Fonte: Coordenação dos Laboratórios, 2008/B.

**QUADRO 8 - Descrição do Laboratório de Informática do Prédio 01 - sala 207**

Quant.	Descrição
<b>Equipamentos</b>	
17	Computadores Pentium IV 2.26 Ghz , 1 Gb RAM, HD 80 Gb, Monitor 15", CD-ROM 52X, Disquete 3"1/4', Teclado e Mouse.
08	Estabilizadores TCE 1000
01	Estabilizador 500 VA
01	Projektor Multimídia (datashow)
<b>Sistemas Operacionais Instalados</b>	
	Microsoft Windows XP
	Linux - Fedora
<b>Móveis</b>	
08	Mesas para computador
01	Mesa do professor
32	Cadeiras estofadas fixas padrão UNIVATES
01	Gaveteiro volante - 03 gavetas c/ chave
<b>Diversos</b>	
01	Quadro branco laminado de sala de aula
02	Condicionadores de Ar 18000 BTU'S
01	Mola hidráulica para porta
01	Extintor de incêndio 2 Kg
01	Quadro mural 1,2m x 1,0m

Fonte: Coordenação dos Laboratórios, 2008/B.

**QUADRO 9 - Descrição do Laboratório de Informática do Prédio 04 - sala 104**

<b>Quant.</b>	<b>Descrição</b>
<b>Equipamentos</b>	
25	Microcomputadores Intel Pentium D 2.8 Ghz, 1 Gb RAM, HD 80Gb, CD-RW/DVD-R (Combo), monitor LCD 15'.
25	Estabilizador 500 VA
<b>Sistemas Operacionais Instalados</b>	
	Windows 98
	Linux – Fedora
<b>Móveis</b>	
12	Mesas de computador
01	Mesa do professor
50	Cadeiras estofadas fixas padrão UNIVATES
01	Gaveteiro volante 04 gavetas com chave
<b>Diversos</b>	
01	Quadro branco laminado sala de aula
02	Condicionadores de ar 18.000 BTU's
01	Mola hidráulica para porta
01	Extintor de incêndio gás carbônico 4Kg
01	Quadro mural 1,2m X 1,0m
03	Quadros de Reprodução de Arte

**Fonte:** Coordenação dos Laboratórios, 2008/B.

**QUADRO 10 - Descrição do Laboratório de Informática do Prédio 07 - sala 101**

<b>Quant.</b>	<b>Descrição</b>
<b>Equipamentos</b>	
31	Microcomputador Intel Pentium D 2.8 Ghz, 1 Gb RAM, HD 80Gb, CD-RW/DVD-R (Combo), monitor LCD 15'.
31	Estabilizadores 500 VA
01	Projetor Multimídia (datashow)
<b>Sistemas Operacionais Instalados</b>	
	Microsoft Windows XP
	Linux - Fedora
<b>Móveis</b>	
12	Mesas de computador
01	Mesa do professor
51	Cadeiras estofadas fixas padrão UNIVATES
01	Gaveteiro volante 04 gavetas com chave

Quant.	Descrição
<b>Diversos</b>	
01	Quadro branco laminado de sala de aula
01	Quadro mural 1,20m X 1,0m
01	Condicionadores de Ar - Modelo Split 60.000 BTU's

Fonte: Coordenação dos Laboratórios, 2008/B.

**QUADRO 11 - Descrição do Laboratório de Informática do Prédio 07 - sala 102**

Quant.	Descrição
<b>Equipamentos</b>	
25	Microcomputador Intel Pentium D 2.8 Ghz, 1 Gb RAM, HD 80Gb, CD-RW/DVD-R (Combo), monitor LCD 15'.
25	Estabilizadores SMS 500 VA
01	Projeto Multimídia (datashow)
<b>Sistemas Operacionais Instalados</b>	
	Microsoft Windows XP
	Linux – Fedora
<b>Móveis</b>	
12	Mesas de computador
01	Mesa do professor
48	Cadeiras estofadas fixas padrão UNIVATES
<b>Diversos</b>	
02	Condicionadores de ar – Modelo Split 60.000 BTU's
01	Quadro branco laminado sala de aula
01	Quadro mural 1,20m X 1,0m

Fonte: Coordenação dos Laboratórios, 2008/B.

**QUADRO 12 - Descrição do Laboratório de Informática do Prédio 07 – Sala 103**

Quant.	Descrição
<b>Equipamentos</b>	
25	Microcomputadores Compaq Pentium VI 1.8 Ghz , 1 Gb RAM, Monitor de vídeo 15", HD 40Gb, CD-ROM 52X, Disquete 3"1/4', Teclado e Mouse.
25	Estabilizadores 500 VA
01	Projeto Multimídia (datashow)
<b>Sistemas Operacionais Instalados</b>	
	Microsoft Windows XP
	Linux - Fedora
<b>Móveis</b>	

Quant.	Descrição
12	Mesas de computador
01	Mesa do professor
51	Cadeiras estofadas fixas padrão UNIVATES
01	Gaveteiro volante 04 gavetas com chave
<b>Diversos</b>	
01	Quadro branco laminado de sala de aula
01	Quadro mural 1,20m X 1,00m
01	Condicionadores de ar – Modelo Split 60.000 BTU's

Fonte: Coordenação dos Laboratórios, 2008/B.

**QUADRO 13 - Descrição do Laboratório de Informática do Prédio 07 - sala 104**

Quant.	Descrição
<b>Equipamentos</b>	
31	Microcomputador Intel Pentium D 2.8 Ghz, 1 Gb RAM, HD 80Gb, CD-RW/DVD-R (Combo), monitor LCD 15".
31	Estabilizadores 500VA
01	Projektor Multimidia (datashow)
<b>Sistemas Operacionais Instalados</b>	
	Microsoft Windows XP
	Linux - Fedora
<b>Móveis</b>	
12	Mesas de computador
01	Mesa do professor
51	Cadeiras estofadas fixas padrão UNIVATES
01	Gaveteiro volante 04 gavetas com chave
<b>Diversos</b>	
01	Quadro branco laminado de sala de aula
01	Quadro mural 1,20m X 1,0m
01	Condicionadores de Ar - Modelo Split 60.000 BTU's

Fonte: Coordenação dos Laboratórios, 2008/B.

**QUADRO 14 - Descrição do Laboratório de Informática do Prédio 07 - sala 105**

Quant.	Descrição
<b>Equipamentos</b>	
25	Microcomputador Intel Pentium D 2.8 Ghz, 1 Gb RAM, HD 80Gb, CD-RW/DVD-R (Combo), monitor LCD 15".
25	Estabilizadores 500 VA

Quant.	Descrição
01	Projeto Multimídia (datashow)
<b>Sistemas Operacionais Instalados</b>	
	Microsoft Windows XP
	Linux – Fedora
<b>Móveis</b>	
12	Mesas de computador
01	Mesa do professor
48	Cadeiras estofadas fixas padrão UNIVATES
<b>Diversos</b>	
02	Condicionadores de ar – Modelo Split 60.000 BTU's
01	Quadro branco laminado sala de aula
01	Quadro mural 1,20m X 1,0m

Fonte: Coordenação dos Laboratórios, 2008/B.

**QUADRO 15 - Descrição do Laboratório de Informática do Prédio 11 - sala 101**

Quant.	Descrição
<b>Equipamentos</b>	
25	Microcomputadores Pentium IV 2.26 Ghz , 1 Gb RAM, HD 80 Gb, Monitor 17", Placa de Vídeo 64Mb Gforce, CDRW 52X, Disquete 3"1/4', Teclado e Mouse.
13	Estabilizadores 500 VA
01	Projeto Multimídia (datashow)
<b>Sistemas Operacionais Instalados</b>	
	Microsoft Windows XP
	Linux – Fedora
<b>Móveis</b>	
12	Mesas de computador
01	Mesa do professor
51	Cadeiras estofadas fixas padrão UNIVATES
01	Gaveteiro volante 04 gavetas com chave
<b>Diversos</b>	
01	Quadro branco laminado de sala de aula
01	Quadro mural 1,20m X 1,00m
01	Climatizador de ar – Modelo Split 60.000 BTU's
01	Mola hidráulica para porta

Fonte: Coordenação dos Laboratórios, 2008/B.

**QUADRO 16 - Descrição do Laboratório de Informática do Prédio 11 - sala 403 (Lab. de Computação Gráfica)**

Quant.	Descrição
<b>Equipamentos</b>	
25	Microcomputadores Pentium IV 1.8 Ghz , TRITON, 1 Gb RAM, HD 40G, Monitor Samsung 17", CDR 52x LG, Disquete 3"1/4', Teclado e Mouse.
13	Estabilizadores 500 VA
01	Projektor Multimidia (datashow)
<b>Softwares Instalados</b>	
25	Licenças de Uso Educacional Pagemaker
25	Licenças de Uso Corel Draw Grafics
01	Licença de Uso Midia Corel Grafics
20	Licenças Software AutoCad
15	Licenças Software DietWin
12	Licenças de Uso Software Multisim
<b>Sistemas Operacionais Instalados</b>	
	Microsoft Windows XP
	Linux – Fedora
<b>Móveis</b>	
12	Mesas para computador
01	Mesa do professor
54	Cadeiras estofadas fixas padrão UNIVATES
01	Gaveteiro volante 04 gavetas com chave
01	Mesa de trabalho 02 gavetas - 1,5m
<b>Diversos</b>	
02	Condicionadores de ar 21.000 BTU's
01	Mola hidráulica para porta
01	Quadro mural de 1,2 X 1,0m
01	Quadro branco laminado de sala de aula

Fonte: Coordenação dos Laboratórios, 2008/B.

**QUADRO 17 - Descrição do Laboratório de Informática do Prédio 11 - sala 413**

Quant.	Descrição
<b>Equipamentos</b>	
26	Microcomputadores Pentium IV 2.66 Ghz, 1 Gb RAM, HD 80Gb, CDRW/DVD, Placa de Vídeo e Rede 10/100, Teclado ABNT, Mouse Óptico Scroll, Monitor 17' LCD, Drive de Disquete 3 1/2 .
14	Estabilizadores 500 VA
01	Projektor Multimidia (datashow)

Quant.	Descrição
<b>Sistemas Operacionais Instalados</b>	
	Microsoft Windows XP
	Linux - Fedora
<b>Móveis</b>	
12	Mesas de computador
01	Mesa do professor
51	Cadeiras estofadas fixas padrão UNIVATES
01	Gaveteiro volante 04 gavetas com chave
<b>Diversos</b>	
02	Condicionadores de Ar de 18.000 BTU's
01	Quadro branco laminado de sala de aula
01	Quadro mural 1,20m X 1,00m

Fonte: Coordenação dos Laboratórios, 2008/B.

**QUADRO 18 - Descrição do Laboratório de Informática do Prédio 11 - sala 415**

Quant.	Descrição
<b>Equipamentos</b>	
25	Microcomputador Intel Pentium D 2.8 Ghz, 1 Gb RAM, HD 80Gb, CD-RW/DVD-R (Combo), monitor LCD 15'.
25	Estabilizadores 500 VA
01	Projektor Multimídia (datashow)
<b>Sistemas Operacionais Instalados</b>	
	Microsoft Windows XP
	Linux – Fedora
<b>Móveis</b>	
12	Mesas de computador
01	Mesa do professor
48	Cadeiras estofadas fixas padrão UNIVATES
<b>Diversos</b>	
02	Condicionadores de ar – Modelo Split 60.000 BTU's
01	Quadro branco laminado sala de aula
01	Quadro mural 1,20m X 1,0m

Fonte: Coordenação dos Laboratórios, 2008/B.

**QUADRO 19 - Descrição do Laboratório de Informática do Prédio 12 - sala 307**

Quant.	Descrição
<b>Equipamentos</b>	

Quant.	Descrição
40	<b>QUADRO 2</b> - Computadores Pentium IV 1,7 Ghz, 2 Gb Ram - Sistema E-Stars – Bitwin. (05 monitores, 5 teclado e 5 mouses)
8	Estabilizadores 1 KVA
<b>Sistemas Operacionais Instalados</b>	
	Microsoft Windows XP
<b>Móveis</b>	
24	Mesas de computador
01	Mesa do professor
65	Cadeiras estofadas fixas padrão UNIVATES
<b>Diversos</b>	
01	Quadro branco laminado de sala de aula
02	Quadro mural 1,20m X 1,00m
02	Condicionadores de ar – Modelo Split 60.000 BTU's

Fonte: Coordenação dos Laboratórios, 2008/B.

**QUADRO 20 - Descrição do Laboratório de Informática do Prédio 12 - sala 407**

Quant.	Descrição
<b>Equipamentos</b>	
40	Microcomputadores Pentium IV 3.0 Ghz, 1 Gb Ram, HD 80 Gb, Combo (Gravador de CD/Leitor de DVD), Monitor de 17'.
25	Estabilizadores 500 VA
01	Projektor Multimídia (datashow)
<b>Sistemas Operacionais Instalados</b>	
	Microsoft Windows XP
	Linux - Fedora
<b>Móveis</b>	
24	Mesas de computador
01	Mesa do professor
65	Cadeiras estofadas fixas padrão UNIVATES
01	Gaveteiro volante 04 Gavetas
<b>Diversos</b>	
01	Quadro branco laminado de sala de aula
02	Quadro mural 1,20m X 1,00m
02	Condicionadores de Ar – Modelo Split 60.000 BTU's

Fonte: Coordenação dos Laboratórios, 2008/B.

**QUADRO 21 - Descrição do Laboratório de Informática - Campus Encantado**

<b>Quant.</b>	<b>Descrição</b>
<b>Equipamentos</b>	
20	Microcomputador Intel Pentium D 2.8 Ghz, 1 Gb RAM, HD 80Gb, CD-RW/DVD-R (Combo), monitor LCD 15".
20	Estabilizadores 500Va
<b>Sistemas Operacionais Instalados</b>	
	Microsoft Windows XP
	Linux - Fedora
<b>Móveis</b>	
12	Mesas de computador
51	Cadeiras estofadas fixas padrão UNIVATES
01	Gaveteiro volante 04 gavetas
<b>Diversos</b>	
01	Quadro branco laminado de sala de aula
01	Quadro mural 1,20m X 1,00m
01	Condicionador de ar – 21.000 BTU's

**Fonte:** Coordenação dos Laboratórios, 2008/B.

## **15 ANEXO**

### **15.1 Processo de elaboração do Projeto Pedagógico do Curso**

Participaram da elaboração do Projeto Pedagógico do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial os professores Carlos Cyrne, Cristina Marmitt, Jairo Wermann e Ricardo Kober, que realizaram diversas reuniões de discussão, consultaram profissionais da área específica de logística e consultaram textos legais.

A coordenação do trabalho estava ao encargo do professor Ricardo Kober.