



APÊNDICE B - EMENTAS DOS COMPONENTES CURRICULARES OPTATIVOS DO CURSO

| Componente Curricular: Exclusivo de Curso ( )   | Eixo Comum ( X )                       | Eixo Universal ( )                                   |
|---|--|--|
| Curso: ADMINISTRAÇÃO  | Núcleo Temático: Formação Profissional |  |
| Nome do Componente Curricular:<br><b>Análise de Conjuntura Política e Econômica</b>   |  | Código do Componente Curricular:                     |
| Carga horária: 63,3 horas   | ( 4 ) Teóricas<br>( ) Práticas         | Etapa: 7/8   |
| Ementa:<br><br>Escopo da análise da conjuntura. Fundamentos da análise da conjuntura política. Análise da conjuntura política brasileira contemporânea. Fundamentos da análise da conjuntura econômica - mensuração de agregados econômicos, inflação, câmbio, políticas econômicas e contexto internacional. Prospecção e análise de cenários econômicos para a tomada de decisões no ambiente de negócios. Elaboração e análise de cenários.  |  |  |
| Bibliografia Básica: <sup>1</sup><br><br>FERREIRA, P. V. <b>Análise de cenários econômicos</b> . Curitiba: Editora Intersaberes, 2015.<br>GONÇALVES <i>et al.</i> <b>Cenários econômicos e tendências</b> . Rio de Janeiro: Editora FGV, 2011.<br>WEBER, M. <b>Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva</b> . Brasília: Ed. UnB, 2004.  |  |  |
| Bibliografia Complementar:<br><br>GREMAUD, A. P.; VASCONCELLOS, M. A. S.; TONETO JÚNIOR, R. <b>Economia brasileira contemporânea</b> . 7. ed. São Paulo: Atlas, 2015. xxvii, 659 p.<br>MANKIW, N. G. <b>Macroeconomia</b> . 5. ed. Rio de Janeiro: LTC - Livros Técnicos e Científicos, 2014. 379 p.<br>PAULANI, L. M. <b>A nova contabilidade social: uma introdução à macroeconomia</b> . 4 ed. São Paulo: Saraiva, 2013.<br>PEREIRA, M. F.; MORITZ, G.O.; Moritz, M. O. <b>Planejamento por cenários prospectivos: Referencial Metodológico Baseado em Casos para a Aplicação Prática nas Organizações</b> . São Paulo: Atlas, 2012.<br>SCHWARTZ, P. <b>Cenários: as surpresas inevitáveis</b> . Rio de Janeiro: Campus, 2003. |  |  |
| <b>Coordenador do Curso:</b> Dr. Luiz Carlos Lemos Junior   |  | <b>Diretor da Unidade:</b> Ms. Gilson Alberto Novaes |

<sup>1</sup>A bibliografia será renovada anualmente, passando pelo colegiado de curso e CEPE, sem significar alteração de PP



APÊNDICE B - EMENTAS DOS COMPONENTES CURRICULARES OPTATIVOS DO CURSO

| Componente Curricular: Exclusivo de Curso ( )  |                                | Eixo Comum ( X )                                     | Eixo Universal ( )               |
|--|--------------------------------|--|----------------------------------|
| Curso: ADMINISTRAÇÃO   |                                | Núcleo Temático: Formação Profissional               |                                  |
| Nome do Componente Curricular:<br><b>Avaliação de Empresas</b>   |                                |  | Código do Componente Curricular: |
| Carga horária: 63,3 horas  | ( 4 ) Teóricas<br>( ) Práticas | Etapa: 7/8   |                                  |
| Ementa:<br>A necessidade de dominar técnicas avançadas de finanças para avaliar um negócio (empresa ou uma parte dela). Os possíveis vieses do analista, que podem comprometer a análise. Compreensão e utilização das diferentes abordagens à avaliação e suas vantagens e desvantagens. Escolha do método mais adequado de acordo com a situação a ser avaliada. A necessidade de espírito crítico com relação aos resultados da análise. Avaliação do intervalo entre o valor estimado e o valor "real".  |                                |  |                                  |
| Bibliografia Básica: <sup>2</sup><br>ASSAF NETO, A. <b>Valuation: Métricas de valor &amp; avaliação de empresas.</b> São Paulo: Atlas, 2014.<br>DAMODARAN, A. <b>Avaliação de empresas.</b> 2. ed. Pearson Prentice Hall, 2011.<br>TITMAN, S.; MARTIN, J. D. <b>Avaliação de projetos e investimentos: valuation.</b> Porto Alegre: Bookman, 2011.   |                                |  |                                  |
| Bibliografia Complementar:<br>COPELAND, T.; KOLLER, T.; MURRIN, J. <b>Avaliação de empresas valuation: calculando e gerenciando o valor das empresas.</b> 3. ed. São Paulo: Makron Books, 2006.<br>DAMODARAN, A. <b>The dark side of valuation.</b> 2nd ed. New Jersey: FT Press, 2010.<br>HIGGINS, R. C. <b>Análise para administração financeira.</b> 10. ed. MacGraw Hill, 2012.<br>KOLLER, T.; GOEDHART, M.; WESSELS, D. <b>Valuation: measuring and managing the value of companies.</b> 5rd ed. Hoboken, N.J.: John Wiley, 2010.<br>SANTOS, J. O. <b>Valuation: Um guia prático.</b> São Paulo: Saraiva, 2011. |                                |  |                                  |
| <b>Coordenador do Curso:</b> Dr. Luiz Carlos Lemos Junior  |                                | <b>Diretor da Unidade:</b> Ms. Gilson Alberto Novaes |                                  |

<sup>2</sup>A bibliografia será renovada anualmente, passando pelo colegiado de curso e CEPE, sem significar alteração de PP



APÊNDICE B - EMENTAS DOS COMPONENTES CURRICULARES OPTATIVOS DO CURSO

| Componente Curricular: Exclusivo de Curso ( )  | Eixo Comum ( X )                              | Eixo Universal ( ) |
|--|---|--------------------|
| Curso: ADMINISTRAÇÃO   | Núcleo Temático: Formação Profissional        |                    |
| Nome do Componente Curricular:<br><b>Criação de Negócios Inovadores</b>  | Código do Componente Curricular:              |                    |
| Carga horária: 63,3 horas  | ( 4 ) Teóricas<br>( ) Práticas                | Etapa: 7/8         |
| Ementa:<br>Geração de ideias e análise preliminar da oportunidade. Metodologias visuais para criação de modelos de negócios inovadores. Ferramentas de desenvolvimento ágil do produto e encaixe proposta de valor e segmento de cliente. Testes, aprendizagem e iteração para validação de hipóteses do modelo de negócio. Replicação do modelo e ganho de escala. Formação de equipe, governança e acesso a recursos e investidores.   |   |                    |
| Bibliografia Básica: <sup>3</sup><br><br>BLANK, S.; DORF, B. <b>Startup: Manual do Empreendedor - o guia passo a passo para construir uma grande empresa</b> . Rio de Janeiro: Alta Books, 2014.<br>OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y.; BRENARDA, G.; SMITH, A. <b>Value proposition design: Como construir propostas de valor inovadoras</b> . São Paulo: HSM do Brasil, 2014.<br>RIES, E. <b>A startup enxuta: como empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas</b> . São Paulo: Lua de Papel, 2012.   |   |                    |
| Bibliografia Complementar:<br><br>CHESBROUGH, H. <b>Modelos de negócios abertos: como prosperar no novo cenário da inovação</b> . Porto Alegre: Bookman, 2012.<br>COOPER, B.; VLASKOVITS, P. <b>Empreendedorismo enxuto: como visionários criam produtos, inovam com novos empreendimentos e revolucionam mercados</b> . Rio de Janeiro: Atlas, 2016.<br>GHOBIL, A. N. <b>Oportunidades, modelos e planos de negócio</b> . São Paulo: Editora Mackenzie, 2017.<br>GUILLEBEAU, C. <b>A Startup de \$100: Abra o negócio dos seus sonhos e reinvente sua forma de ganhar a vida</b> . São Paulo: Saraiva, 2013.<br>MEIRA, S. <b>Novos negócios inovadores de crescimento empreendedor no Brasil</b> . Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2013. |   |                    |
| Coordenador do Curso: Dr. Luiz Carlos Lemos Junior   | Diretor da Unidade: Ms. Gilson Alberto Novaes |                    |

<sup>3</sup>A bibliografia será renovada anualmente, passando pelo colegiado de curso e CEPE, sem significar alteração de PP



APÊNDICE B - EMENTAS DOS COMPONENTES CURRICULARES OPTATIVOS DO CURSO

| Componente Curricular: Exclusivo de Curso ( )  |                                | Eixo Comum ( X )                                     | Eixo Universal ( )               |
|--|--------------------------------|--|----------------------------------|
| Curso: ADMINISTRAÇÃO   |                                | Núcleo Temático: Formação Profissional               |                                  |
| Nome do Componente Curricular:<br><b>Desenvolvimento Prático de Habilidades Gerenciais</b>   |                                |  | Código do Componente Curricular: |
| Carga horária: 63,3 horas  | ( 4 ) Teóricas<br>( ) Práticas | Etapa: 7/8   |                                  |
| Ementa:<br><br>Construção de habilidades gerenciais a partir de vivências práticas de ordem individual, interpessoal e organizacional. Aplicação de conhecimentos sobre o comportamento humano nas organizações para o desenvolvimento dos diferentes papéis desempenhados por um gestor em seu cotidiano.   |                                |  |                                  |
| Bibliografia Básica: <sup>4</sup><br><br>BALDWIN, T. T.; RUBIN, R. S.; BOMMER, W. <b>Desenvolvimento de habilidades gerenciais</b> . Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.<br>FAERMAN, S. R.; THOMPSON, M. P.; MCGRATH, M. R.; SAINT CLAIR, L. S.; QUINN, R. E. <b>Competências Gerenciais</b> . 5. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2014.<br>NETO, L. A. O. <b>Competências Gerenciais</b> . 1. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2012.   |                                |  |                                  |
| Bibliografia Complementar:<br><br>BARDUCHI, A.L.J. (org.) <b>Empregabilidade: competências pessoais e profissionais</b> . São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.<br>GRAMIGNA, M.R. <b>Modelo de competências e gestão dos talentos</b> . São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.<br>HIRATA, R. H. <b>Estilos de negociação: As oito competências vencedoras - o diferencial estratégico do negociador de alta performance</b> . São Paulo: Saraiva, 2007.<br>KOFMAN, F. <b>Metamanagement: o sucesso além do sucesso</b> . Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.<br>ROBBINS, S.; JUDGE, T.; SOBRAL, F. <b>Comportamento organizacional: teoria e pratica no contexto brasileiro</b> . São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010. |                                |  |                                  |
| <b>Coordenador do Curso:</b> Dr. Luiz Carlos Lemos Junior  |                                | <b>Diretor da Unidade:</b> Ms. Gilson Alberto Novaes |                                  |

<sup>4</sup>A bibliografia será renovada anualmente, passando pelo colegiado de curso e CEPE, sem significar alteração de PP



APÊNDICE B - EMENTAS DOS COMPONENTES CURRICULARES OPTATIVOS DO CURSO

| Componente Curricular: Exclusivo de Curso ( )  |                                | Eixo Comum ( X )                              | Eixo Universal ( )               |
|--|--------------------------------|---|----------------------------------|
| Curso: ADMINISTRAÇÃO   |                                | Núcleo Temático: Formação Profissional        |                                  |
| Nome do Componente Curricular:<br><b>Tendências do Marketing Contemporâneo e Digital</b>   |                                |   | Código do Componente Curricular: |
| Carga horária: 63,3 horas  | ( 4 ) Teóricas<br>( ) Práticas | Etapa: 7/8                                    |                                  |
| Ementa:<br>Estudo das práticas relacionadas ao Marketing em plataforma digital, em se considerando a linguagem inerente ao meio e especificidades das ferramentas utilizadas para atração, conversão, gerenciamento de vendas, análise de resultados e fidelização de público. Aplicação do conceito de gamificação enquanto ferramenta do planejamento de Marketing digital com intuito de promover maior interação e engajamento entre empresa e cliente.  |                                |   |                                  |
| Bibliografia Básica: <sup>5</sup><br>FERREIRA, J. A. B. <b>Marketing digital: uma análise do mercado 3.0.</b> [livro eletrônico]. Curitiba: Editora intersaberes, 2015.<br>KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. <b>Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano.</b> Rio de Janeiro: Elsevier, Campus, 2010<br>STRAUSS, J.; FROST, R. <b>E-marketing.</b> São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.   |                                |   |                                  |
| Bibliografia Complementar:<br>DAMASCENO, A. <b>Webdesign: teoria &amp; prática.</b> Florianópolis: Visual Books, 2005.<br>DEITEL, H. M.; STEINBUHLER, K. <b>E-business e e-commerce para administradores.</b> São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2004.<br>JENKINS, H. <b>Cultura da convergência.</b> 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.<br>SCHMIDT, E.; COHEN, J. <b>A nova era digital: como será o futuro das pessoas, das nações e dos negócios.</b> Rio de Janeiro: Intrínseca, 2013.<br>ZICHERMANN, G., LINDER, J. <b>Game-based marketing: inspire customer loyalty through reawards, challenges, and contests.</b> New Jersey: Jargonlab, 2019. |                                |   |                                  |
| Coordenador do Curso: Dr. Luiz Carlos Lemos Junior   |                                | Diretor da Unidade: Ms. Gilson Alberto Novaes |                                  |

<sup>5</sup>A bibliografia será renovada anualmente, passando pelo colegiado de curso e CEPE, sem significar alteração de PP



APÊNDICE B - EMENTAS DOS COMPONENTES CURRICULARES OPTATIVOS DO CURSO

| Componente Curricular: Exclusivo de Curso ( X )  | Eixo Comum ( )                                       | Eixo Universal ( ) |
|--|--|--------------------|
| Curso: ADMINISTRAÇÃO   | Núcleo Temático: Formação Profissional               |                    |
| Nome do Componente Curricular:<br><b>Negócios Internacionais</b>   | Código do Componente Curricular:                     |                    |
| Carga horária: 63,3 horas  | ( 4 ) Teóricas<br>( ) Práticas                       | Etapa: 7/8 (ADM)   |
| Ementa:<br>Estudo das características do mercado internacional. Análise da influência da dimensão cultural no processo de negociação nos diferentes mercados. Estudo das estratégias de entrada e expansão da empresa em mercados Internacionais. Análise dos aspectos tributários, cambiais e financeiros envolvidos nas operações de exportação e de importação, no Brasil.  |  |                    |
| <i>Bibliografia Básica:</i> <sup>6</sup><br>CASTRO, J. A. de. <b>Exportação</b> : Aspectos práticos e operacionais. 8ª Ed. São Paulo: Aduaneiras, 2011.<br>FARO, R.; FARO, F. <b>Curso de comércio exterior</b> : Visão e experiência brasileira. 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2010.<br>KEEGAN, W. J.; GREEN, M. C. <b>Marketing global</b> . São Paulo: Saraiva, 2013.  |  |                    |
| <i>Bibliografia Complementar:</i><br>AMATUCCI, M. (Organizador) <b>Internacionalização de empresas</b> : Teorias, Problemas e Casos. São Paulo: Atlas, 2009.<br>CATEORA, P. R.; GILLY, Marcy C.; GRAHAM, John L. <b>Marketing internacional</b> . Porto Alegre: Bookman, 2012.<br>REGULAMENTO ADUANEIRO. Decreto no. 6.759/09. São Paulo: Ed. Aduaneiras, 2013.<br>SARFATI, G. (Org.). <b>Manual de negociação</b> . Saraiva, 2010.<br>SEGRE, G. (Org.). <b>Manual prático de comércio exterior</b> . 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2010. |  |                    |
| <b>Coordenador do Curso:</b> Dr. Luiz Carlos Lemos Junior  | <b>Diretor da Unidade:</b> Ms. Gilson Alberto Novaes |                    |

<sup>6</sup>A bibliografia será renovada anualmente, passando pelo colegiado de curso e CEPE, sem significar alteração de PP