



Unidade Universitária: Centro de Ciências Sociais e Aplicadas		
Curso: Administração	Núcleo Temático: Formação Profissional	
Disciplina: Administração Estratégica		Código da Disciplina: ENEC00183
Carga horária: 4 horas	( X ) Teórica ( ) Prática	Etapa: 4
Ementa:  Estudo da administração estratégica em seus processos de implantação, desenvolvimento, implantação e monitoramento. Desenvolvimento do pensamento estratégico.		
Conteúdo Programático:  <ol style="list-style-type: none"><li>1. Estratégia como plano, padrão, posição e perspectiva: histórico e evolução; objetivos da administração estratégica; vantagem competitiva.</li><li>2. Análise do ambiente externo: variáveis ambientais; ameaças e oportunidades no ambiente externo; fatores-chave de sucesso.</li><li>3. Análise do ambiente interno: missão, visão, objetivos estratégicos; competências essenciais.</li><li>4. Teorias de Gestão Estratégica: Vantagem Competitiva e Visão Baseada em Recursos.</li><li>5. Formulação estratégica: nível corporativo, de unidade de negócio e funcional.</li><li>6. Estratégias genéricas e de crescimento; estratégias de redução; estratégias defensivas.</li><li>7. Implantação e Acompanhamento estratégico: estrutura, pessoas, sistemas e cultura <i>Balanced Scorecard</i></li></ol>		
Bibliografia Básica:  BARNEY, J. B.; HESTERLY, W. S. <i>Administração estratégica e vantagem competitiva</i> . 3ª edição, São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.  HITT, M. A., IRELAND, R. D., HOSKISSON, R. E. <i>Administração estratégica</i> . São Paulo, Pioneira Thomson Learning, 2002.  MINTZBERG, Henry; AHLSTRAND, Bruce; LAMPEL, Joseph. <i>Safári de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico</i> . 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.		
Bibliografia Complementar:  GHEMAWAT, Pankaj. <i>Mundo 3.0: Como Alcançar a Prosperidade Global</i> . Porto Alegre: Bookman, 2012.  HOSKISSON, R. E. HITT, M.A. IRELAND, R. D. HARRISON, Jeffrey S. <i>Estratégia competitiva – Tradução da 1ª edição americana</i> . São Paulo: Cengage Learning, 2010.		



**UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE**  
**Decanato Acadêmico**



JOHNSON, Gerry; SCHOLLES, Kevan; WHITTINGTON, Richard. *Fundamentos de Estratégia*. Porto Alegre: Bookman, 2011.

MINTZBERG, H.; LAMPEL, J.; QUINN, J. B.; GHOSHAL, S. *O processo da estratégia: conceitos, contextos e casos selecionados*. 4ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2008. 496 p.

PRAHALAD, C. K.; RAMASWAMY, V. *O futuro da competição: como desenvolver diferenciais inovadores em parceria com os clientes*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004. 303 p.



**UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE**  
**Decanato Acadêmico**



Unidade Universitária: Centro de Ciências Sociais e Aplicadas		
Curso: Administração	Núcleo Temático: Formação Profissional	
Disciplina: Gestão de Operações I		Código da Disciplina: ENEX01259
Carga horária: 4 horas	( X ) Teórica ( ) Prática	Etapa: 4
Ementa:  Introdução à Gestão de Operações e compreensão de seu papel estratégico. Reflexão sobre as diferenças básicas entre operações de produtos e de serviços. Estudo sobre os critérios competitivos em Operações e mensuração do desempenho das operações. Elaboração de previsões de demanda. Compreensão sobre as relações entre os projetos de produtos e os processos apropriados a eles. Definições sobre as estratégias de localização de uma empresa. Descrição e decisões a respeito dos layouts de produção. Estudo sobre as opções estratégicas para gerenciar a capacidade e identificação dos gargalos de um processo.		
Conteúdo Programático:  1. Introdução à gestão de operações 2. Estratégia de produção e operações 3. Pacotes de valor em operações 4. Medição e avaliação de desempenho em operações 5. Previsão de demanda em operações 6. Projeto de produto e seleção de processos 7. Localização e arranjo físico ( <i>layout</i> ) 8. Gestão da Capacidade 9. Teoria das Restrições		
Bibliografia Básica:  CORRÊA, H. L.; CORRÊA, C. A. <i>Administração de produção e operações</i> . Manufatura e serviços: uma abordagem estratégica. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2012.  MARTINS, P. G.; LAUGENI, F. P. <i>Administração da produção</i> . 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2005.  SLACK, N.; CHAMBERS, S.; JOHNSTON, R. <i>Administração da produção</i> . 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.		
Bibliografia Complementar:  HEIZER, J.; RENDER, B. <i>Administração de operações: bens e serviços</i> . 5ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 2001.		



**UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE**  
**Decanato Acadêmico**



JACOBS, F. R.; CHASE, R. B. *Administração da produção e de operações*. O essencial. Porto Alegre: Bookman, 2009.

JACOBS, F. R.; CHASE, R. B. *Administração de operações e da cadeia de suprimentos*. 13ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

KRAJEWSKI, L.; RITZMAN, L.; MALHOTRA, M. *Administração de produção e operações*. 8ª ed. São Paulo: Pearson, 2009.

SLACK, N.; BRADON-JONES, A.; JOHNSTON, R. *Princípios de administração da produção*. São Paulo: Atlas, 2013.



**UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE**  
**Decanato Acadêmico**



Unidade Universitária: Centro de Ciências Sociais e Aplicadas		
Curso: Administração	Núcleo Temático: Formação Profissional	
Disciplina: Marketing II		Código da Disciplina: ENEX01516
Carga horária: 6 horas	( X ) Teórica ( ) Prática	Etapa: 4
Ementa:  Introdução às questões relacionadas com a administração de bens e serviços, bem como os aspectos que devem ser considerados na definição da estratégia de preço, de comunicação, de distribuição, visando à geração de valor superior para o cliente e para a empresa.		
Conteúdo Programático:  <ol style="list-style-type: none"><li>1. Bens e Serviços</li><li>2. Preço</li><li>3. Distribuição</li><li>4. Comunicação</li><li>5. Serviços</li></ol>		
Bibliografia Básica:  CHURCHILL Jr.; G. A.; PETER, J. P. <i>Marketing: Criando valor para os clientes</i> . São Paulo: Saraiva, 2010.  GIOIA, R.M et al. <i>Decisões de marketing: os 4Ps</i> . 3ª ed. São Paulo: Saraiva, 2013.  KOTLER, P.; KELLER, K. L. <i>Administração de marketing</i> . São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.		
Bibliografia Complementar:  GREWAL, D.; LEVY, M. <i>Marketing</i> . Porto Alegre: Bookman, 2012.  HOFFMAN, K. D; BATESON, J. E. G; IKEDA, A. A.; CAMPOMAR, M. C. <i>Princípios de marketing de serviços: conceitos, estratégias e casos</i> . 3º ed. São Paulo: Cengage, 2010.  LOVELOCK, C. H.; WIRTZ, J.; HEMZO, M.A. <i>Marketing de serviços – pessoas, tecnologia e estratégia</i> . 7ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.  ODGEN, J.R.; CRESCITELLI, E. <i>Comunicação integração de marketing: conceitos, técnicas e práticas</i> . 2ª ed. São Paulo: Pearson, 2007.  URDAN, F.T.; URDAN A. T. <i>Gestão do composto de marketing</i> . São Paulo: Atlas, 2013.		



**UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE**  
**Decanato Acadêmico**





**UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE**  
**Decanato Acadêmico**



Unidade Universitária: Centro de Ciências Sociais e Aplicadas		
Curso: Administração	Núcleo Temático: Formação Profissional	
Disciplina: Mercados Financeiros		Código da Disciplina: ENEC00243
Carga horária: 4 horas	( X ) Teórica ( ) Prática	Etapa: 4
<b>Ementa:</b>  A função do mercado financeiro dentro de uma economia moderna e a necessidade de regulação. Uso da taxa de juros como instrumento de política monetária e o seu impacto nos diversos segmentos do mercado financeiro (e de ativos reais). Principais características dos títulos de renda fixa mais representativos de aplicação e de captação. Comparativo da prática do mercado financeiro brasileiro e dos demais países, especialmente EUA.		
<b>Conteúdo Programático:</b>  <ol style="list-style-type: none"><li>1. Instituições e Organização do Mercado Financeiro</li><li>2. Mercado Monetário</li><li>3. Produtos Bancários</li><li>4. Títulos de Dívida</li><li>5. Risco de Taxa de Juros</li><li>6. Fundos de Renda Fixa e Securitização</li></ol>		
<b>Bibliografia Básica:</b>  ASSAF NETO, A. <i>Mercado Financeiro</i> , 8ª Ed., Atlas, 2008.  FORTUNA, E. <i>Mercado Financeiro: Produtos e Serviços</i> . 17ª Ed. Qualitymark, 2008.  SECURATO, J. R. <i>Cálculos Financeiros das Tesourarias, Bancos e Empresas</i> . Saint Paul, 1999.		
<b>Bibliografia Complementar:</b>  ANDREZO, A. F., LIMA, I. S. <i>Mercado Financeiro: Aspectos Históricos e Conceituais</i> . 2ª Ed. Pioneira, 2002.  BODIE, Z.; KANE, A.; MARCUS, A. J. <i>Investimentos</i> . 10ª ed. Porto Alegre: McGraw-Hill, 2015.  BRITO, Osias Santana de. <i>Mercado financeiro</i> . São Paulo: Saraiva, 2013. Minha Biblioteca. Disponível em: < <a href="http://online.minhabiblioteca.com.br/books/9788502205529/outline/">http://online.minhabiblioteca.com.br/books/9788502205529/outline/</a> >.  EITEMAN, D., STONEHILL, A., MOFFETT, M., <i>Administração Financeira Internacional</i> , 9ª Ed., Bookman, 2002.		



**UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE**  
**Decanato Acadêmico**



KERR, Roberto Borges. *Mercado financeiro*. São Paulo: Pearson, 2011.





**UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE**  
**Decanato Acadêmico**



Unidade Universitária: Centro de Ciências Sociais e Aplicadas		
Curso: Administração	Núcleo Temático: Métodos Quantitativos	
Disciplina: Métodos Quantitativos em Processos Decisórios		Código da Disciplina: ENEX01342
Carga horária: 4 horas	( X ) Teórica ( ) Prática	Etapa: 4
Ementa:  Escolha e aplicação das técnicas estatísticas uni, bi e multivariadas a fim de relacionar, analisar, estimar, efetuar reduções, cruzamentos, discriminações e inferências entre variáveis e indicadores (objetivos e subjetivos) na resolução de problemas gerenciais.		
Conteúdo Programático:  1. Revisão de conceitos de estatística descritiva e inferencial com apoio do software estatístico IBM/SPSS 2. Teste "T" 3. Análise de Variância (ANOVA) 4. Análise Fatorial 5. Regressão Linear Simples e Múltipla		
Bibliografia Básica:  FÁVERO, Luiz Paulo. Et al. <i>Análise de Dados: Modelagem multivariada para tomada de decisões</i> . Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.  HAIR Jr, Joseph. F. et al. <i>Análise Multivariada de Dados</i> . 6ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.  LEVINE, D.; STEPHAN, D.; BERENSON, M.; KREHBIEL, T. <i>Estatística - Teoria e Aplicações Usando MS Excel em Português</i> . 6ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 2012.		
Bibliografia Complementar:  AAKER, David. A. <i>Pesquisa de Marketing</i> . São Paulo: Editora Atlas, 2001.  KERLINGER, F. N. <i>Metodologia da pesquisa em ciências sociais</i> . São Paulo: Edusp, 1979.  LAPPONI, J. C. <i>Estatística usando Excel</i> . São Paulo: Lapponi Treinamento e Editora, 2000.  MALHOTRA, N. K. <i>Pesquisa de marketing</i> . Porto Alegre: Bookman, 2001.  STEVENSON, W. J. <i>Estatística aplicada à administração</i> . São Paulo: Harbra, 2001.		



Unidade Universitária: Centro de Ciências Sociais e Aplicadas		
Curso: Administração	Núcleo Temático: Formação Profissional	
Disciplina: Princípios de Empreendedorismo		Código da Disciplina: ENUN00027
Carga horária: 4 horas	( X ) Teórica ( ) Prática	Etapa: 4
<b>Ementa:</b>  Reflexões sobre mudanças no ambiente competitivo e no mercado de trabalho e crescente importância da inovação e da ação empreendedora. Entendimento das principais características dos empreendedores bem sucedidos. Análise de diferentes formas de empreender. Identificação de formas e oportunidades de inovar. Planejamento de novos empreendimentos com o uso de modelos e plano de negócios. Apresentação de mecanismos de apoio ao empreendedor.		
<b>Conteúdo Programático:</b>  1. Contextualizando empreendedorismo e inovação 1.1 Empreendedorismo e inovação no contexto de sociedade, organizações e indivíduos. 1.2 Tendências do mundo corporativo: trabalho x emprego 1.3 A visão da economia: Schumpeter e a “destruição criativa” 1.4 A visão da psicologia: o indivíduo empreendedor  2. Inovação como diferencial competitivo 2.1 A essência da inovação: criação de valor para o cliente e mercado 2.2 Tipos de Inovação: produto, processo, organizacional, modelos de negócio 2.3 Inovação tecnológica: incremental e radical 2.4 Inovação não tecnológica 2.5 Inovação aberta. . 2.6 Geração de ideias e reconhecimento de oportunidades.  3. Competências e habilidades essenciais para empreendedores 3.1 Características de empreendedores bem sucedidos 3.2 Desenvolvimento de competências empreendedoras 3.3 A dimensão emocional e motivacional 3.4 A mente empreendedora: visão e ação  4. Experiências Empreendedoras 4.1 Áreas e negócios promissores para profissionais da área 4.2 Serviços e Tendências em Inovação e oportunidades na Web 4.3 Outras formas de empreender: empreendedorismo social e intra-empreendedorismo 4.4 Caso prático: conhecendo empreendedores bem sucedidos na profissão  5. Identificando oportunidades de inovar e empreender		



- 5.1 Geração de ideias
- 5.2 Critérios de seleção de oportunidades valiosas
  
- 6. Modelagem de Negócios
  - 6.1 Pensamento Visual
  - 6.2 Introdução ao Business Model Canvas
  
- 7. Plano de Negócios
  - 7.1 Objetivos e Conteúdo do Plano de Negócios
  - 7.2 Elaborando um Plano de Negócios Simplificado
  - 7.3 Apresentando um Plano de Negócios
  
- 8. Organismos de apoio às *startups* inovadoras
  - 8.1 Sebrae, Endeavor e Incubadoras de empresas
  - 8.2 Agências de Fomento: recursos subsidiados para a inovação tecnológica
  - 8.3 Investidores Anjo e *Venture Capital*

#### Bibliografia Básica:

BARON, Robert; SHANE Scott. A. *Empreendedorismo: uma visão de processo*. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

DOLABELA, Fernando. *O segredo de Luísa*. São Paulo: Sextante, 2008.

DORNELAS, José. *Empreendedorismo – transformando ideias em negócios*. Rio de Janeiro: Campus, 2012.

#### Bibliografia Complementar:

BESSANT, John; TIDD, Joe. *Inovação e Empreendedorismo*. Porto Alegre: Bookman, 2009.

CARVALHO, Marly Monteiro. *Inovação: Estratégias e comunidades do conhecimento*. São Paulo: Atlas, 2009.

MARIANO, Sandra Regina Holanda. *Empreendedorismo: fundamentos e técnicas para criatividade*. Rio de Janeiro: LTC, 2010.

PESCE, Bel. *A menina do vale*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2012.

PIGNEUR, Yves; OSTERWALDER, Alexander. *Inovação em modelos de negócios - Business Model Generation*. Alota Books, 2010.

#### Artigos



Filion, Louis Jacques. **Empreendedorismo e Gerenciamento: processos distintos, porém Complementares**, Rae Light . v. 7 . n. 3 . p. 2-7 . Jul./Set. 2000. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/rae/v40n3/v40n3a13.pdf> acesso em 10/02/2013

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil – 2013**. Curitiba – IBQP. Disponível em <http://www.gemconsortium.org/docs/download/3378> acesso em 29/07/2014

OECD- ORGANIZAÇÃO PARA COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO. Manual de Oslo - **Diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação**. FINEP, 2007. Disponível em [http://download.finep.gov.br/imprensa/manual\\_de\\_oslo.pdf](http://download.finep.gov.br/imprensa/manual_de_oslo.pdf) acesso em 10/02/2013

*Revistas*

Exame PME

Época Negócios

HSM Management

Pequenas Empresas e Grandes Negócios