



Curso de especialização em **Gestão Estratégica de Negócios**  
**Estrutura Curricular – disciplina/carga horária.**

|  |               |
|--|---------------|
| Estratégia Empresarial                         | 32h/a         |
| Finanças Corporativas                          | 32h/a         |
| Gestão de Pessoas                              | 32h/a         |
| Gestão de Marketing                            | 32h/a         |
| Direito Empresarial e das Relações do Trabalho | 32h/a         |
| Cultura e Comportamento Organizacional         | 32h/a         |
| Empreendedorismo e Novos Negócios              | 32h/a         |
| Tecnologia e Gerenciamento da Informação       | 32h/a         |
| Planejamento e Gestão de Projetos              | 32h/a         |
| Gestão Estratégica de Custos                   | 32h/a         |
| Gestão de Materiais e Serviços Terceirizados   | 32h/a         |
| Gestão Internacional e Comércio Exterior       | 32h/a         |
| Metodologia do trabalho científico             | 48h/a         |
| <b>Total da Carga horária do curso</b>         | <b>432h/a</b> |

### **IDENTIFICAÇÃO DA DISCIPLINA**

1. Nome da Disciplina: Estratégia Empresarial
2. Carga Horária: 32 h/a
3. Ementa: Planejamento estratégico como meio comum de conversação dentro da organização e de seu uso como base do comportamento estratégico. Aplicação de todas as dinâmicas e conflitos desse processo é abordada passo a passo à medida que ocorre o aprofundamento teórico, com vistas à elaboração de um planejamento estratégico empresarial, através da apresentação de ferramentas de análise estratégica e promovendo uma reflexão acerca do meio ambiente empresarial e da importância da abordagem científica através de técnicas de análise competitiva e estudos do futuro.
4. Objetivo: Capacitar o participante para a elaboração de um planejamento estratégico empresarial.
5. Conteúdo Programático:
  - Conceitos gerais – estratégia, administração estratégica, competitividade estratégica;
  - Análise do ambiente externo – ambiente geral, análise do setor, cenários e ambiente competitivo;
  - Análise do ambiente interno – recursos, capacidades, competências essenciais, a matriz Swot e a avaliação estratégica;



- Estratégia ao nível de negócios – liderança em custos, diferenciação, vantagem competitiva, cadeia de valor;
- Dinâmica competitiva e rivalidade competitiva – motivadores do comportamento competitivo, probabilidade de ataque, probabilidade de resposta, mercados de ciclo rápido, mercados de ciclo lento;
- Governança Corporativa – separação de propriedade e controle administrativo, conselho de administração;
- Implementação Estratégica: fusões e aquisições; alianças estratégicas e internacionalização; • Planejamento da Estratégia; • Estratégia de redes de negócios.

## 6. Bibliografia:

- **Básica**

COSTA, Eliezer Arantes. *Gestão estratégica: da empresa que temos para a empresa que queremos*. São Paulo: Saraiva, 2007.

FERNANDES, B.H. R. e BERTON, L.H. *Administração Estratégica de Competência empreendedora à avaliação de desempenho*, Saraiva, 2005.

FILHO, Emílio Herrero. *Balanced Scorecard e a gestão estratégica: uma abordagem prática*. Rio de Janeiro: Campus, 2005 2ª. Ed.

GHEMAWAT, Pankaj. *A estratégia e o cenário dos negócios*. 2ª Edição. Porto Alegre: Bookman, 2007.

- **Complementar**

CHRISTENSEN, C., *O dilema da Inovação*, Makron Books, São Paulo, 2001.

HITT, M.; IRELAND, D.; HOSKISSON, R., *Administração Estratégica*, Pioneira Thomson Learning, São Paulo, 2002.

MINTZBERG, H.; AHLTRAND, B.; LAMPEL, J. *Safári de estratégia*. Porto Alegre: Bookman, 2000.

MINTZBERG, Henry e QUINN, James Brian. *O processo da estratégia*. Porto Alegre: Bookman, 2001.

PORTER, M., *Estratégia Competitiva: Técnicas para análise de indústrias e da concorrência*. 2ª edição. Rio de Janeiro. Campus. 2004.



ZACARELLI, S.B. *Estratégia e Sucesso nas empresas*. São Paulo: Saraiva, 2000.

Bases de dados: PROQUEST e EBSCO

## **IDENTIFICAÇÃO DA DISCIPLINA**

1. Nome da Disciplina: Finanças Corporativas
2. Carga Horária: 32 h/a
3. Ementa: Demonstrar os principais conceitos de finanças aplicados à atividade empresarial, apresentando técnicas de análise financeira e proporcionando uma visão integrada de administração financeira com as demais atividades de uma empresa.
4. Objetivo: Capacitar o participante para a interpretação das questões atuais em finanças corporativas, importantes para o entendimento do ambiente financeiro.
5. Conteúdo Programático:
  - Introdução e Visão Geral da Administração Financeira;
  - Demonstrações Financeiras, sua análise e utilização no processo de decisão;
  - Índices Econômico-Financeiros;
  - Análise e Prospecção de Fontes de Financiamento;
  - Planejamento Financeiro;
  - Valor do Dinheiro no Tempo;
  - Conceitos Básicos de Valor Econômico Adicionado (EVA<sup>®</sup>);
  - Processo de Globalização e suas Conseqüências para a Gestão Financeira.

### 6. Bibliografia:

- **Básica**

ASSAF NETO, Alexandre, *Finanças Corporativas e Valor*, Editora Atlas, 2009.

BALEEIRO, Aliomar. *Uma Introdução à Ciência das Finanças*, Editora Forense, 2010.

DAMODARAN, Aswath. *Finanças Corporativas – Teoria e Prática*, Editora Campus, 2004

- **Complementar**

ASSAF, Alexandre Neto. *Finanças Corporativa e Valor*. São Paulo, Atlas, 2003. BODIE, Zvi e MERTON, Robert C, *Finanças*. Porto Alegre, Bookman, 2002.

BRIGHAM, Eugene F. e WESTON, FRED J. *Fundamentos da Moderna Administração Financeira*. Makron Books, 2000.



GAPENSKI, Louis C. e BRIGHAM, Eugene F. *Administração Financeira – Teoria e Prática*. Editora Atlas, 2001.

GITMAN, Lawrence J. *Princípios de Administração Financeira*. Harbra, 2002.

ROSS, Stephen A., WESTERFIELD, Randolph W. e JORDAN, Bradford D. *Princípios de Administração Financeira*. Atlas, 2001.

Bases de Dados: PROQUEST e EBSCO.

## **IDENTIFICAÇÃO DA DISCIPLINA**

1. Nome da Disciplina: Gestão de Pessoas
2. Carga Horária: 32 h/a
3. Ementa: Conhecimento das competências organizacionais e individuais fundamentais ao exercício da liderança, com foco na gestão de pessoas nas empresas. Aplicação dos conceitos de gestão por competências visando a elaboração de um programa para a identificação e desenvolvimento de competências, mantendo a competitividade organizacional dentro do atual contexto corporativo mundial, através da discussão de nova forma de pensar e atuar na gestão empresarial, potencializando a atuação dos líderes formais e dos talentos potenciais para ocupar posições de maior complexidade e responsabilidade seja em grandes ou pequenas organizações.
4. Objetivo: Habilitar o participante na elaboração de um programa para a identificação e desenvolvimento de competências fundamentais ao exercício da liderança e excelência de gestão.
5. Conteúdo Programático:
  - Gestão de Pessoas na Administração de Negócios – Cenário e Impacto nas Mudanças Organizacionais;
  - Gestão por Competências para obter vantagem competitiva;
  - Liderança, Avaliação por Desempenho, Feedback, Coaching e Mentoring;
  - Remuneração Variável e Benefícios Flexíveis;
  - Motivação e Trabalho em Equipe;
  - Criatividade e Inovação; • Responsabilidade Social; • Qualidade de Vida.
6. Bibliografia:
  - **Básica:**

ARAUJO, L.C. G. *Gestão de Pessoas*. São Paulo. Atlas, 2006.



CORAL Eliza; OGLIARI André; ABREU F. A. *Gestão Integrada da Inovação*. São Paulo: Atlas, 2009.

DUTRA, Joel Souza. *Competências*. São Paulo: Atlas, 2004;

FRANÇA, Ana Cristina L. *Qualidade de Vida no Trabalho – QVT*. São Paulo: Atlas, 2004.

ROSSI, Ana Maria, PERREWÉ, Pamela L. e SAUTER, Steven L. *Stress e Qualidade de Vida no Trabalho*. São Paulo: Atlas, 2005.

- **Complementar:**

BARROS, Betania. *Gestão à brasileira*. São Paulo: Atlas, 2003

BECKER, Brian E., HUSELID, Mark A., ULRICH, Dave. *Gestão estratégica de pessoas com "scorecard": interligando pessoas, estratégias e performance*. Rio de Janeiro: campus, 2001.

BOOG, Gustavo (Coordenador). *Manual de Gestão de Pessoas e Equipes: estratégias e tendências*. São Paulo: Gente, Volume 1, 2002.

DAVENPORT, Thomas O. *Capital Humano*. São Paulo: Nobel, 2001

EBOLI, Marisa. *Educação Corporativa no Brasil: mitos e verdades*. São Paulo: Gente, 2004.

FLEURY, Maria Tereza Leme (Coordenadora). *As pessoas na organização*. São Paulo. Editora gente, 2002;

GOLDSMITH, Marshall. *Coaching – O Exercício da Liderança*. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

HOWARD, Robert (organizador). *Aprendizado organizacional: gestão de pessoas para a inovação contínua*. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

LASZLO, Erwin. *Macrotransição: o desafio para o terceiro milênio*. São Paulo: Axis Mundi, 2001.

WOOD JR., Thomaz. *Gestão empresarial: o fator humano*. São Paulo: Atlas, 2002.

ZARIFIAN, Philippe. *Objetivo competência: por uma nova lógica*. São Paulo: Atlas, 2001.

ULRICH, Dave, ZENGER, Jack, SMALLWOOD, Norm. *Liderança orientada para resultados*. Rio de Janeiro: campus, 2000;



Bases de Dados: PROQUEST e EBSCO,

## **IDENTIFICAÇÃO DA DISCIPLINA**

1. Nome da Disciplina: Gestão de Marketing
2. Carga Horária: 32 h/a
3. Ementa: Conhecimento dos elementos conceituais do composto mercadológico, tais como produto, preço, distribuição e ferramentas de suporte a marketing e suas técnicas, como foco nos mercados nacionais e internacionais, possibilitando uma visão globalizada. Aplicação dos conceitos específicos de mercados proporcionando ao participante o desenvolvimento de estratégias que possibilitam a entrega e manutenção de marcas, tanto em mercados nacionais, quanto internacionais.
4. Objetivo: Habilitar o participante para a definição de estratégias na concepção, adequação e comercialização de produtos (bens e serviços) em mercados nacionais e internacionais com base no conceito mercadológico.
5. Conteúdo Programático:
  - Administração de Marketing e seus Fundamentos;
  - A Função do Marketing na Empresa Competitiva;
  - Marketing Estratégico e valor
  - Segmentação de Mercados
  - Comportamento do consumidor, Pesquisas e Sistemas de Informação de marketing;
  - Introdução ao Marketing Global;
  - Características dos Mercados Regionais; • Internacionalização de Produtos e Serviços;
  - Plano de Marketing.
6. Bibliografia:
  - **Básica**

CRAVENS, David W.; PIERCY, Nigel F. *Marketing Estratégico*. São Paulo: McGraw Hill, 2007.

BAUMANN, Renato. *O Brasil e a Economia Global*. São Paulo, Campus KEEGAN, Warren J. *Marketing Global*. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. *Administração de Marketing*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

- **Complementar**



CHURCHILL, G.A. e PETER J.P. *Marketing: Criando Valor para os Clientes*. São Paulo; Saraiva, 2003.

HOOLEY, Graham J.; SAUNDERS, John A.; PIERCY, Nigel F. *Estratégia de Marketing e Posicionamento Competitivo*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005

LAMBIN, Jean-Jacques. *Marketing Estratégico*. Lisboa: McGraw Hill, 2000.

Bases de dados PROQUEST e EBSCO

## **IDENTIFICAÇÃO DA DISCIPLINA**

1. Nome da Disciplina: Direito Empresarial e das Relações do Trabalho
2. Carga Horária: 32 h/a
3. Ementa: Estudo de oportunidades e possíveis problemas jurídicos envolvidos na gestão de negócios, qualquer que seja o tipo de empreendimento, com especial atenção as questões relacionadas ao direito de empresa, comercial, tributário, trabalhista e ambiental. Discussão das normas e práticas comuns na elaboração de contratos; estudar a legislação e planejamento tributário no Brasil e análise e interpretação da legislação mostrando como se pode prevenir e evitar conflitos na relação entre empregados e empregadores.
4. Objetivo: Capacitar o participante a interpretar os principais conceitos relacionados ao direito empresarial, as responsabilidades do administrador na gestão da empresa sob as novas disposições do código civil, proporcionando o entendimento das sociedades limitadas e anônimas.
5. Conteúdo Programático:
  - Noções Gerais de Direito
  - Direito de Empresa:
    - a) Conceito de Empresário
    - b) Abuso da Personalidade Jurídica – Responsabilidade pessoal (art. 50 do Novo Código Civil)
    - c) Sociedades conforme novo Código Civil
    - d) Sociedades Limitadas
    - e) Sociedades Anônimas
  - Direito Tributário:
    - a) Conceito Tributos
    - b) Principais Princípios Constitucionais Tributários
    - c) Limitações do Poder de Tributar
    - d) Tributos da União



- e) Tributos dos Estados e Distrito Federal
- f) Tributos dos Municípios
  
- Direito Trabalhista:
  - a) A Consolidação das Leis do Trabalho e os tipos de trabalhador
  - b) Direito Individual do Trabalho
  - c) Direito Tutelar do Trabalho
  - d) Direito Coletivo do Trabalho
  - e) Acidentes do Trabalho.
  - f) Justiça do Trabalho.
  - g) Tipos de sucessão de Empregadores
  
- Direito Ambiental

## 6. Bibliografia:

- Básica

ROQUE, Sebastião José. Curso de Direito Empresarial, Editora Ícone, 2006.

MAMEDE, Gladston. Manual de Direito Empresarial, Editora Atlas, 2009.

NEGRÃO, Ricardo. Direito Empresarial – Estudo Unificado, Editora Saraiva, 2010.

- Complementar

CAMPINHO, Sérgio. Direito de Empresa à Luz do Novo Código Civil. São Paulo: Editora Renovar.2003.

FABRETTI, Laudio Camargo e Dirlene Ramos. Direito tributário para os cursos de administração e ciências contábeis. São Paulo: Editora Atlas, 2000.

GUSMÃO, Mônica. Lições de Direito Empresarial, Editora Lumen Juris, 2009.

MORAES, Luis Carlos Silva. *Curso de Direito Ambiental*, São Paulo: Atlas, 2004.

Bases de Dados: PROQUEST e EBSCO





## **IDENTIFICAÇÃO DA DISCIPLINA**

1. Nome da Disciplina: Tecnologia e Gerenciamento da Informação
2. Carga Horária: 32 h/a
3. Ementa: Conhecimento das técnicas específicas de administração da informação com foco na tecnologia da informação, possibilitando analisar processos internos e externos das empresas, bem como seu potencial para colocá-la em vantagem competitiva. Aplicação dos conceitos específicos da administração da informação na busca da valorização e identificação das formas de gerenciar a informação como um processo mais amplo do planejamento empresarial, provocando uma reflexão sobre a amplitude do contexto dinâmico que a informação tem na cultura, na sociedade, na economia e na educação, proporcionando assim uma nova postura gerencial
4. Objetivo: Habilitar o participante na implantação de um plano de administração da informação como insumo básico dos vários processos de controle, análise, decisão e diagnósticos organizacionais.
5. Conteúdo Programático:
  - Fundamentos teóricos sobre informação e tecnologia;
  - Gestão Estratégica da Informação;
  - Gestão do Conhecimento;
  - Gestão e Tecnologia da Informação na administração;
  - A Gestão da Informação como instrumento para entender o cliente, o mercado, a empresa e as pessoas;
  - Os processos informacionais, política da informação e segurança da informação;
  - Tecnologias emergentes: CRM, Business Intelligence, Data Warehouse, DataMining, eLearning, eCommerce, eBanking, eBusiness, ERP, BPM, ECM e BSC; • Ferramentas Emergentes: Web 2.0 e 3.0 , Twiter, Facebook, Flickr, Myspace, Orkut,Blog, Skype, Joost, Wi-fi, Wimax , Bluetooth, Msn, Cloud Computing, Youtube;
  - Inteligência de Negócios.
6. Bibliografia:
  - **Básica**

CORTES, Pedro Luiz. Administração de Sistemas de Informação, Editora Saraiva, 2008.

GORDON, Judith R.; GORDON, Steven R. Sistemas de Informação, Editora LTC, 2006.

PAIVA, Mauricio Ferraz de. Sistema de Gestão da Informação, Editora Target, 2009.



TURBAN, Efrain. *Business Intelligence - Um Enfoque Gerencial para a Inteligência dos Negócios* Porto Alegre. Bookman, 2008.

- **Complementar**

BIO, Sergio Rodrigues. *Sistemas de Informação*, Editora Atlas, 2008.

BROWN, John Seely; DUGUID, Paul. *A Vida Social da Informação*. São Paulo: Ed. Makron Books, 2001.

CARVALHO, Gilda Maria Rocha de. *Informação & Conhecimento: uma abordagem organizacional*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

DAVENPORT, Thomas H. *A Economia da Atenção: compreendendo o novo diferencial de valor dos negócios*. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DINIZ, Rogerio. *Processo Decisório em Tecnologia da Informação*, Editora Ciência Moderna, 2008.

FELICIANO NETO, Acácio; SHIMIZU, Tamio. *Sistemas Flexíveis de Informação*. São Paulo: Makron Books, 1996.

HESSEN, Johannes. *Gestão do Conhecimento: Harvard Business Review*. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

LEVINE, Rick (et al.). *O manifesto da economia digital: o fim dos negócios como nós conhecemos*. Rio de Janeiro, Campus, 2000.

LIMA, Frederico O. *A sociedade digital: impacto da tecnologia na sociedade, na cultura, na educação e nas organizações*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2000.

O'BRIEN, James A., *Sistemas de Informação e as decisões gerenciais na era da internet*. São Paulo, Saraiva, 9ª. ed.,2001

PIGNATARI, Décio. *Informação, Linguagem e Comunicação*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2002.

REZENDE, Denis Alcides. *Planejamento de Sistemas de Informação*, Editora Atlas, 2008.

SERVA, Leão. *Jornalismo e desinformação*. São Paulo, SENAC, 2001.

TERRA, José Cláudio C. *Gestão do Conhecimento: o grande desafio empresarial*. São Paulo: Negócios, 2000.

Bases de Dados: PROQUEST e EBSCO



## IDENTIFICAÇÃO DA DISCIPLINA

1. Nome da Disciplina: Empreendedorismo e Novos Negócios
2. Carga Horária: 32 h/a
3. Ementa: Estudo das oportunidades para descobrir novos negócios através de ousadia, transformação e desenvolvimento de novos produtos, reunindo experiências e observações para encontrar o diferencial competitivo.
4. Objetivo: Capacitar o participante a ter iniciativa e perseverança na transformação de um ambiente que seja favorável ao empreendedorismo.
5. Conteúdo Programático:
  - Visão Empreendedora;
  - Oportunidades de Novos Negócios;
  - Desenvolvimentos de Novos Negócios;
  - Elemento do Processo de Empreender;
  - Plano de Negócios;
  - Desenvolvimento Sustentável: aspectos sociais e ambientais.
  - Micro e pequenas empresas e o sistema de franquia.

### 6. Bibliografia:

- **Básica**

DEGEN, Ronald J. *O Empreendedor – Empreender como opção de carreira*. São Paulo, Prentice Hall, 2009.

FISK, Peter. *O Gênio dos Negócios*. São Paulo, Bookman, 2009.

HISRICH, Robert D., et al. *Empreendedorismo*. São Paulo, Bookman, 2008.

- **Complementar**

BESSANT, John et al. *Inovação e Empreendedorismo*. São Paulo, Bookman, 2009.

BIAGIO, Luiz Arnaldo. *Plano de Negócios*. São Paulo, Manole, 2005

DE MAURO, Paulo C. *Guia do Franqueado*. São Paulo, Nobel, 2007.

HASHIMOTO, Marcos. *Lições de Empreendedorismo*. São Paulo, Manole, 2008.



MARTINS, Leandro G. *Treinamento Executivo! Empreendedorismo*. São Paulo, Digerati Books, 2006

MARTINS, Leandro G. *Monte seu próprio negócio*. São Paulo, Digerati Books, 2007

Bases de Dados: PROQUEST e EBSCO

## **IDENTIFICAÇÃO DA DISCIPLINA**

1. Nome da Disciplina: Cultura e Comportamento Organizacional
2. Carga Horária: 32 h/a
3. Ementa: Conhecimento do ambiente corporativo (valores e crenças) e sua influência na cultura organizacional, propiciando novas formas de pensar e agir na gestão da mudança na avaliação do comportamento organizacional e da ética aplicada às relações do trabalho.
4. Objetivo: Habilitar o participante a interpretar o impacto dos valores, crenças e uso de poder no ambiente corporativo e suas implicações nos resultados empresariais.
5. Conteúdo Programático:
  - Cultura
    - a) Conceito de Cultura Organizacional;
    - b) O Ambiente Corporativo Contemporâneo – Valores e Crenças;
    - c) Cultura e Mudança Organizacional;
    - d) Elementos Formadores da Cultura Organizacional;
    - e) Gestão da Mudança.
  - Comportamento Organizacional
    - a) Fontes e Tipos de Poder:
    - b) Autoridade e Poder nas Organizações
    - c) Comportamento Organizacional Individual, em Grupo e no Sistema;
    - d) Diversidade e Ética Empresarial.
6. Bibliografia:



- **Básica**

ARAUJO, Luís C.G. *Gestão de Pessoas*. São Paulo, Atlas, 2006.

SCHEIN, Edgar H. *Cultura Organizacional e Liderança*. São Paulo, Atlas, 2009.

ROBBINS, Stephen P. *Comportamento Organizacional*. Prentice-Hall, 2005.

- **Complementar**

ABRAHAMSON, Eric. *Mudança Organizacional*. São Paulo: M Books, 2006.

COLLINS, James C.; PORRAS, Jerry I. *Feitas para Durar*. 9ª ed. Rio de Janeiro: Rocco, 2002.

DIAS, Reinaldo. *Cultura Organizacional*. São Paulo, Alinea, 2003.

FREITAS, Maria Ester de. *Cultura Organizacional*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000.

GUIMARÃES, Gilberto. *Tempos de Grandes Mudanças*. São Paulo: SENAC, 2008.

HOFSTEDE, Geert. *Cultura e Organizações – Compreender a nossa organização mental*. Lisboa: Edições Silabo, 2001.

TEN HAVE, Steven & Wouter. *Modelos de Gestão: O que são e quando devem ser usados*. São Paulo, Prentice Hall, 2003.

Bases de Dados: PROQUEST e EBSCO.

## **IDENTIFICAÇÃO DA DISCIPLINA**

1. Nome da Disciplina: Gestão Estratégica de Custos
2. Carga Horária: 32 h/a
3. Ementa: Conhecimento das informações de que as empresas necessitam, através da análise de custos, para proporcionar valor, quantidade e oportunidade que os clientes desejam. A



Gestão Estratégica de Custos busca conhecer toda a cadeia de valor desde a aquisição da matéria-prima até o consumidor final.

4. Objetivo: Capacitar o participante na análise de custos para avaliação do impacto financeiro das decisões gerenciais, tendo como foco a obtenção da vantagem competitiva, ou seja, a criação de valor para o cliente por um custo mais acessível.

5. Conteúdo Programático:

- Classificações de Custos;
- Componentes dos Custos Empresariais;
- Sistemas de Custeio;
- Tributos sobre Preços e Custos;
- Contabilidade de Custos;
- Análise de Custo, Volume e Lucro; • Custos do Ciclo de Vida dos Produtos, • Formação do Preço de Venda.

6. Bibliografia:

- **Básica**

FAMÁ, Rubens e BRUNI, Adriano Leal. *Gestão de Custos e Formação de Preços*. São Paulo, Atlas, 2008.

WERNKE, Rodney. *Gestão de Custos*. São Paulo, Atlas, 2004.

ROCHA, Welington. *Gestão de Custos Interorganizacionais*. São Paulo, Atlas, 2009

- **Complementar**

BERTO, Dalvio José. *Gestão de Custos*. São Paulo, Saraiva, 2009.

MOWEN, Maryanne M. *Gestão de Custos, Contabilidade e Controle*. São Paulo, Pioneira Thomson, 2008.

GOVINDARAJAN, Vilay *A Revolução dos Custos*. São Paulo, Campos Elsevier, 2009.

Bases de Dados: PROQUEST e EBSCO.



## **IDENTIFICAÇÃO DA DISCIPLINA**

1. Nome da Disciplina: Gestão de Materiais e Serviços Terceirizados
2. Carga Horária: 32 h/a
3. Ementa: Conhecimento das ferramentas para o efetivo planejamento e acompanhamento dos meios de transporte, armazenagem, distribuição física e indicadores de desempenho necessários ao suporte dos processos logísticos, trazendo, como acessória, a abordagem das relações com fornecedores de produtos e serviços.  
Aplicação dos conceitos de logística visando a gestão integrada do fluxo de materiais ao longo da cadeia de suprimentos.
4. Objetivo: Capacitar o participante a gerir a estrutura do fluxo de materiais de uma forma integrada ao longo da cadeia de suprimentos, apresentando técnicas de logística como instrumento estratégico de gestão e aspectos relacionados às relações com fornecedores de serviços terceirizados.
5. Conteúdo Programático:
  - Gestão estratégica de logística.
  - Administração de Materiais e Gestão de Armazenagem;
  - Administração da cadeia de suprimentos;
  - Gestão de estoques;
  - Logística – custo e finanças;
  - Gestão operacional;
  - O Supply Chain Management:
    - a) O uso e a gestão de intermediários
    - b) Transformando as relações de fornecimento em relações de parceria
    - c) Interface com os clientes
  - A gestão dos relacionamentos com fornecedores.
6. Bibliografia:
  - **Básica**



CARVALHO FILHO, Armando Oscar. *Decisões Financeiras: Ferramentas para logística*. Editora Futura, 2008.

BERTAGLIA, Paulo Roberto. *Logística e gerenciamento da cadeia de abastecimento*. Editora Saraiva, 2009.

NOVAES, Antonio Galvão. *Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição*. Editora Campus, 2004.

PIRES, Silvio R.I. *Gestão da Cadeia de Suprimentos*. São Paulo, Atlas, 2004.

- **Complementar**

ALVARENGA, Antonio Carlos. *Logística aplicada – suprimentos e distribuição*. Editora Edgard Blucher, 2000.

FIGUEIREDO, Kleber Fossati e FLEURY, Paulo Fernando. *Logística e Gerenciamento da Cadeia de Supermercados*. São Paulo, Atlas, 2003.

HOEK, Remko Van. *Estratégia e gerenciamento de logística*. Editora Futura, 2003.

KOBAYASHI, Shun´Ichi. *Renovação da logística*. Editora Atlas, 2000.

Bases de Dados: PROQUEST e EBSCO.

## **IDENTIFICAÇÃO DA DISCIPLINA**

1. Nome da Disciplina: Planejamento e Gestão de Projetos
2. Carga Horária: 32 h/a
3. Ementa: Conhecimento das melhores técnicas de gestão de projetos como: planejamento, execução e controle, abrangendo o ponto de vista organizacional, humano e de qualidade e produtividade. Compreender os conceitos relacionados à avaliação econômica de projetos e ao processo de tomada de decisão.
4. Objetivo: Capacitar o participante, através de um método sistematizado e consistente, nas técnicas necessárias de implementação de projetos, com foco no planejamento e considerando a viabilidade e benefícios dos projetos.





5. Conteúdo Programático:

- Ciclo de Vida de um Projeto: planejamento, execução, controle e encerramento;
- Avaliação de viabilidade de projetos;
- Ferramentas de Gestão de Projetos: pmbok, wbs, rede pert/com, mind map, etc.
- Fatores organizacionais que influenciam o desenvolvimento de projetos.
- Benefícios da Gestão de Projetos;
- Fatores de Sucesso e Fracasso na Gestão de Projetos;
- Gerenciamento de Recursos Humanos no Planejamento de Projetos; • Software de Planejamento e Gestão de Projetos.

6. Bibliografia:

7.

- **Básica**

DINSMORE, Paul. *Como se tornar um profissional em Gerenciamento de Projetos*. Rio de Janeiro, Qualitmark, 2ª ed., 2005.

NOCÊRA, Rosaldo. *Gerenciamento de Projetos*. São Paulo, 2009.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru, *Administração de Projetos*. São Paulo, Atlas, 2ª ed., 2005.

- **Complementar**

CHELAND e IRELAND, *Gestão de Projetos*. Rio de Janeiro, Reichman & Affonso Editores, 2002.

MENEZES, Luís Cesar de Moura. *Gestão de Projetos*. São Paulo, Atlas, São Paulo, 2001.

VALERIANO D. *Gerenciamento Estratégico de Administração por Projetos*. São Paulo, Makron Books, 2001

ARGAS, R. *Gerenciamento de projetos: Estabelecendo diferenciais competitivos*. Rio de Janeiro. Brasport, 5ª ed. 2003.

Bases de Dados: PROQUEST e EBSCO



## **IDENTIFICAÇÃO DA DISCIPLINA**

1. Nome da Disciplina: Gestão Internacional e Comércio Exterior
2. Carga Horária: 32 h/a
3. Ementa: Conhecimento dos principais aspectos relacionados à evolução do conceito de Economia e o Comércio Internacional, considerando a abertura comercial dos negócios internacionais. Desenvolvimento de capacidades analíticas e cognitivas para gestão do comércio exterior em um ambiente de concorrência e constante transformação.
4. Objetivo: Capacitar o participante a tomada de decisão nas funções relativas ao sistema financeiro internacional e comércio exterior, proporcionando condições para atuar, de forma competitiva, em um mercado globalizado.
5. Conteúdo Programático:
  - Sistema Financeiro Internacional;
  - Instituição de Crédito, Financiamento e Fomento as Exportações;
  - Contratos Internacionais;
  - Operações de Exportação e Importação; - Acordos de Comércio Internacional;
  - Moedas e Conversibilidade de Moedas.

### **6. Bibliografia:**

- **Básica**

PINHO, Diva Benevides. *Manual de Economia*. São Paulo, Saraiva, 5ª ed., 2006.

SOUZA, José Meireles de. *Fundamentos do Comércio Internacional*. São Paulo, Saraiva, 2008.

SILVA, Ultemar da. *Gestão das Relações Econômicas Internacionais e Comércio Exterior*. São Paulo, Cengage, 2008.

SOUZA, José Meireles de. *Gestão do Comércio Exterior – Exportação e Importação*. São Paulo, Saraiva, 2009.

- **Complementar:**

KRUGMAN, Paul e OBSTFELD, Maurice. *Economia Internacional – Teoria e Política*. São Paulo, Makron Books, 5ª ed., 2001.

KUPFER, David; HASENCLEVER, Lia (Orgs.). *Economia Industrial: Fundamentos teóricos e práticos no Brasil*. Rio de Janeiro, Campus, 2002.



**UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE**  
PRÓ-REITORIA DE EXTENSÃO E EDUCAÇÃO CONTINUADA  
*Coordenadoria de Cursos de Educação Continuada*



MAIA, Jayme M. *Economia Internacional e Comércio Exterior*. São Paulo, Atlas, 7<sup>a</sup> ed. 2002.

SACHS, J; LARRAIN, B. *Macroeconomia – em uma economia global*. São Paulo, Makron books, 2000.

Bases de Dados: PROQUEST e EBSCO.