



Unidade Universitária: Centro de Ciências Sociais e Aplicadas		
Componente Curricular: exclusivo de curso ( ) Eixo Comum ( X ) Eixo Universal ( )		
Curso: ADMINISTRAÇÃO	Núcleo Temático: Formação Profissional	
Nome do Componente Curricular: <b>Comportamento Organizacional</b>		Código do Componente Curricular:
Carga horária: 63,3 horas	( X ) Teóricas ( ) Práticas	Etapa: 5
Ementa: Estudo sobre as teorias e abordagens voltadas ao comportamento humano nas organizações sob três níveis de análise: o individual, o grupal e o organizacional. Serão abordados assuntos relacionados às pessoas no contexto do trabalho e sua influência no desempenho organizacional, como satisfação, motivação e liderança; análise de comportamentos no nível dos grupos e equipes e, no nível organizacional, estudo dos tópicos cultura e mudança organizacional, gestão da diversidade e da qualidade de vida no trabalho.		
Conteúdo Programático: <ol style="list-style-type: none"><li>1. Comportamento Organizacional – Conceito, dimensões e elementos</li><li>2. Processos Cognitivos e formação de atitudes</li><li>3. Processo de aprendizagem individual</li><li>4. Adoecimento no trabalho, estresse e qualidade de vida no trabalho</li><li>5. Comprometimento, Satisfação e envolvimento no Trabalho</li><li>6. Motivação</li><li>7. Liderança e poder nas organizações</li><li>8. Cultura organizacional</li><li>9. Diversidade</li></ol>		
Bibliografia Básica: MCCSHANE, S.L.; VON GLINOW, M.A. <b>Comportamento organizacional</b> . São Paulo: McGraw Hill, 2014 (disponível na versão eletrônica) ROBBINS, S. P.; Judge, T.A.; SOBRAL, F. <b>Comportamento organizacional</b> . São Paulo: Pearson, 2011. (disponível na versão eletrônica) OLIVEIRA, M.A. <b>Comportamento organizacional para a gestão de pessoas</b> . São Paulo: Saraiva, 2010. (disponível na versão eletrônica)		
Bibliografia Complementar: AGUIAR, M.A. <b>Psicologia aplicada à administração</b> . São Paulo: Saraiva, 2009. BERGAMINI, C.W. <b>O líder eficaz</b> . São Paulo: Atlas, 2009. MORIN, E.M.; AUBÉ, C. <b>Psicologia e gestão</b> . São Paulo: Atlas, 2009.		



**UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE**  
CCSA - Centro de Ciências Sociais e Aplicadas



SCHEIN, E. H. **Cultura organizacional e liderança.** São Paulo: Atlas, 2009.

TORRES, C. V.; NEIVA, E. R. **Psicologia social: Principais temas e vertentes.** São Paulo: Artmed.2011.



Unidade Universitária: Centro de Ciências Sociais e Aplicadas		
Curso: Administração	Núcleo Temático: Formação Profissional	
Disciplina: <b>Gestão de Operações</b>		Código do Componente Curricular:
Carga horária: 63,3 horas	( X ) Teórica ( ) Prática	Etapa: 5
Ementa: <p>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. Compreensão sobre as relações entre os projetos de produtos e os processos apropriados a eles. 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. Compreensão sobre o Planejamento Mestre da Produção e do Cálculo da Necessidade de Materiais. Definições a respeito do sequenciamento, programação e controle das Operações.</p>		
Conteúdo Programático: <ol style="list-style-type: none"><li>1. Introdução à gestão de operações</li><li>2. Estratégia de produção e operações</li><li>3. Pacotes de valor</li><li>4. Indicadores de desempenho</li><li>5. Projeto de produto e seleção de processos</li><li>6. Tipos e seleção de Arranjo físico (layout)</li><li>7. Gestão da Capacidade</li><li>8. Teoria das Restrições</li><li>9. Planejamento Mestre de Produção e Operações (PMP)</li><li>10. Cálculo da Necessidade de Materiais (MRP)</li><li>11. Sequenciamento, Programação e Controle de Operações</li><li>12. Confiabilidade de processos.</li></ol>		
Bibliografia Básica: <p>CORRÊA, H. L.; CORRÊA, C. A. <b>Administração de produção e operações, manufatura e serviços</b>: uma abordagem estratégica. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2017.</p> <p>MARTINS, P. G.; LAUGENI, F. P. <b>Administração da produção</b>. 3ª ed. São Paulo: Saraiva, 2015.</p> <p>SLACK, N.; BRADON-JONES, A.; JOHNSTON, R. <b>Administração da produção</b>. [livro eletrônico]. São Paulo: Atlas, 2015.</p>		
Bibliografia Complementar:		



HEIZER, J.; RENDER, B. **Administração de operações: bens e serviços**. 5ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 2001.

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, 2014.

PAIVA, E. L.; CARVALHO FILHO, J. M.; FENSTERSEIFER, J. E. **Estratégia de produção e de operações** [recurso eletrônico]: conceitos, melhores práticas, visão de futuro. 2. ed. – Dados eletrônicos. – Porto Alegre: Bookman, 2009.



Unidade Universitária: Centro de Ciências Sociais e Aplicadas		
Componente Curricular: exclusivo de curso ( X )      Eixo Comum ( )      Eixo Universal ( )		
Curso: ADMINISTRAÇÃO		Núcleo Temático: Formação Profissional
Nome do Componente Curricular: <b>Investimentos</b>		Código do Componente Curricular:
Carga horária: 63,3 horas	( 4 ) Teóricas ( ) Práticas	Etapa: 5
Ementa: Conhecer o funcionamento do mercado de ações e de renda fixa. Saber analisar o risco e retorno de uma ação isolada e de um conjunto de ações (carteira). Entender como o risco afeta o retorno esperado de um ativo e qual é o seu impacto no preço de uma ação ou um ativo qualquer. Análise de títulos privados e públicos. Fundos de Investimento. Noções de Derivativos.		
Conteúdo Programático:  1) Estrutura do Sistema Financeiro Nacional;  2) Mercado Monetário e Títulos de Renda Fixa (Públicos e Privados);  3) Mercado de Capitais (Primário e Secundário);  4) Relação Risco e Retorno;  5) Teoria de Carteiras;  6) Modelos de precificação de ativos;  7) Fundos de Investimento e análise de desempenho;  8) Mercado de Derivativos.		
Bibliografia Básica:  ASSAF NETO, Alexandre. <b>Mercado Financeiro</b> . 13ª ed. São Paulo: Atlas, 2015.  BODIE, Zvi; KANE, Alex; MARCUS, Alan J. <b>Fundamentos de Investimentos</b> . 9ª ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.  ELTON, Edwin J.; GRUBER, Martin J.; BROWN, Stephen J.; GOETZMANN, William N. <b>Moderna Teoria de Carteiras e Análise de Investimentos</b> . Rio de Janeiro, 2012.		



Bibliografia Complementar:

BODIE, Zvi; KANE, Alex; MARCUS, Alan J. **Investimentos**. 10ª ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

BREALEY, Richard A.; MYERS, Stewart C.; ALLEN, Franklin. **Princípios de Finanças Corporativas**. 10ª ed. Porto Alegre: AMGH, 2013.

EHRHARDT, Michael C.; BRIGHAM, Eugene F. **Administração Financeira: Teoria e Prática**. Tradução da 14ª edição norte-americana. São Paulo: Cengage Learning, 2016.

REILLY, Frank, K.; NORTON, Edgar A. **Investimentos**. Tradução da 7ª edição norte-americana. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

ROSS, Stephen A.; WESTERFIELD, Randolph W.; JORDAN, Bradford D.; LAMB, Roberto. **Fundamentos de Administração Financeira**. 9ª ed. Porto Alegre: AMGH, 2013.



Unidade Universitária: Centro de Ciências Sociais e Aplicadas		
Componente Curricular: exclusivo de curso ( X )      Eixo Comum ( )      Eixo Universal ( )		
Curso: Administração		Núcleo Temático: Formação Profissional
Disciplina: <b>Pesquisa Operacional I</b>		Código da Disciplina:
Carga horária: 31,7 horas	( ) Teórica ( X ) Prática	Etapa: 5
Ementa:  Fundamentação da Pesquisa Operacional. Modelagem na Pesquisa Operacional. Introdução à Programação Linear. Solução de Problemas de Programação Linear. Método Simplex e suas derivações. Dualidade. Análise de Sensibilidade. Resolução de problemas de programação linear com utilização de software.		
Conteúdo Programático:  1. Programação linear 2. Modelagem de problemas de pesquisa operacional 3. Análise de sensibilidade 4. Problemas de mix de produção 5. Programação de metas 6. Modelos de redes: problemas de transportes e de designação.		
Bibliografia Básica:  ARENALES, M; ARMENTANO, V.; MORABITO, R.; YANASSE, H. <b>Pesquisa Operacional</b> . 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015. HILLIER, F.S., LIEBERMAN, G.J. <b>Introdução à pesquisa operacional</b> . 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2013. TAHA, Hamdy. <b>A. Pesquisa operacional</b> . 8ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2008.		
Bibliografia Complementar: ANDRADE, E. L. <b>Introdução à pesquisa operacional: métodos e modelos para análise de decisão</b> [livro eletrônico]. 5. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2015. LACHTERMACHER, G. <b>Pesquisa operacional na tomada de decisões</b> . 4. ed. Campos: Prentice Hall, 2009. PASSOS, E. J. P. F. <b>Programação Linear como instrumento da pesquisa operacional</b> . São Paulo: Atlas, 2008. RAGSDALE, C. T. <b>Modelagem de planilha e análise de decisão: uma introdução prática</b> . São Paulo: Cengage Learning, 2014. WINSTON, W.L. <b>Operations Research – Applications and Algorithms</b> . 4. ed. Thomson, 2004.		



Unidade Universitária: Centro de Ciências Sociais e Aplicadas		
Curso: Administração	Núcleo Temático: Formação Profissional	
Nome do Componente Curricular: <b>Planejamento de Marketing Corporativo</b>	Código do Componente Curricular:	
Carga horária: 63,3 horas	( x ) Teórica ( ) Prática	Etapas: 5
Ementa: Consolidar os conhecimentos de marketing e a elaboração do plano de marketing baseado na gestão de informações, formulação de estratégias, elaboração de plano de ações e definição de metas e indicadores.		
Conteúdo Programático: <ol style="list-style-type: none"><li>1. SIM – Sistema de informação de marketing</li><li>2. Análise do macro ambiente</li><li>3. Avaliação das capacidades da empresa</li><li>4. Análise concorrencial</li><li>5. Pesquisa de mercado</li><li>6. Definição de estratégias</li><li>7. Definição de metas e indicadores</li><li>8. Plano de Marketing</li></ol>		
Bibliografia Básica:  CAMPOMAR, M. C.; IKEDA, A. A. <b>O planejamento de marketing e a confecção de planos: dos conceitos a um novo modelo.</b> São Paulo: Saraiva, 2014.  CHIUSOLI, C.L.; IKEDA, A. A. <b>Sistema de informação de marketing: ferramenta de apoio com aplicações a gestão empresarial.</b> São Paulo: Atlas, 2010.  MALHOTRA, N. K. <b>Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada.</b> 6ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.		
Bibliografia Complementar:  FARRIS, W et al. <b>Métricas de marketing</b> o guia definitivo de avaliação de desempenho do marketing. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.  HOOLEY, Graham J.; SAUNDERS, John A.; PIERCY, Nigel F. <b>Estratégia de marketing e posicionamento competitivo.</b> 4 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.  KOTLER, P.; KELLER, K. L. <b>Administração de marketing.</b> São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.  MALHOTRA, N. K. <b>Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada.</b> 6 ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.  URDAN, F.T.; URDAN A. T. <b>Marketing estratégico no Brasil.</b> São Paulo: Atlas, 2010.		



Componente Curricular: exclusivo de curso ( )		Eixo Comum ( )	Eixo Universal (X )
Curso:		Núcleo Temático:	
Nome do Componente Curricular: <b>Projetos Empreendedores</b>		Código do Componente Curricular:	
Carga horária: 2 horas aula	( ) Sala de aula ( ) Laboratório ( ) EaD	Etapa: 5 (ADM); 6 (COMEX)	
<b>Ementa:</b> Identificação do problema ou da oportunidade de área de estudo/processo e/ou produto. Análise de soluções para o problema ou oportunidade. Proposição de projetos com viabilidade de implementação. Prática de proposição de valor e modelagem de projetos. Construção de planos de negócios simplificados.			
<b>Conteúdo Programático</b>  1. Metodologias para execução do Projeto 2. Definição de Equipes e Projetos ou Desafios 3. Reconhecimento de Problemas e Identificação de oportunidades 4. Elaboração do Projeto			
<b>Bibliografia Básica</b>  GHOBRI, Alexandre N. <i>Oportunidades, Modelos e Planos de Negócio</i> . São Paulo: Editora Mackenzie, 2017.  OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. <i>Business model generation: inovação em modelos de negócios: um manual para visionários, inovadores e revolucionários</i> . Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.  RIES, E. <i>A startup enxuta: como empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas</i> . São Paulo: Lua de Papel, 2012.			
<b>Bibliografia Complementar</b>  BARON, Robert; SHANE Scott.A. <i>Empreendedorismo: uma visão de processo</i> . São Paulo: Thomson Learning, 2007.  DOLABELA, Fernando. <i>O segredo de Luisa</i> . São Paulo: Sextante, 2008.  MEIRA MEIRA, S. <i>Novos negócios inovadores de crescimento empreendedor no Brasil</i> . Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2013.  OSTERWALDER, A.; BERNARDA, G. <i>Value proposition design: usiness model generation: como construir propostas de valor inovadoras</i> . São Paulo: HSM Editora, 2014.			



### **Bibliografia Adicional**

Exame PME  
Época Negócios  
HSM Management  
Pequenas Empresas e Grandes Negócios

### **Portais WEB**

[www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br)

[www.endeavor.org.br](http://www.endeavor.org.br)