



Componente Curricular: Exclusivo de Curso ( )	Eixo Comum ( x )	Eixo Universal ( )
Curso: Superior de Tecnologia em Gestão em Marketing	Núcleo Temático: Formação Comum	
Nome do Componente Curricular: <b>Administração Contemporânea</b>	Código do Componente Curricular: <b>ENAD60001</b>	
Carga horária: 4 horas aula	( ) Sala de aula ( ) Laboratório ( x ) EaD	Etapa: 1 <sup>a</sup>
<b>Ementa:</b> Estudo do ambiente externo da organização e do ambiente interno onde ocorrem os processos e as funções administrativas. Estabelecimento das relações de integração entre as necessidades do mercado e a dinâmica organizacional para atendê-los, em um contexto de negócios caracterizado pela competitividade.		
<b>Bibliografia básica<sup>1</sup></b>  BARNEY, B. Jay; HESTERLY, S. William. <b>Administração estratégica e vantagem competitiva:</b> conceitos e casos. 5. ed. São Paulo: Pearson, 2015. Disponível em < <a href="https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/115916">https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/115916</a> > Acesso em 08/11/2019.  SILVA, Reinaldo Oliveira. <b>Teorias da Administração.</b> 2 ed. São Paulo: Pearson, 2013. Disponível em < <a href="https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/3789/pdf">https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/3789/pdf</a> > Acesso em 08/11/2019.  SOBRAL, Filipe; PECCI, Alketa. <b>Administração: teoria e prática no contexto brasileiro.</b> 2 ed. São Paulo: Pearson Education Brasil, 2013. Disponível em < <a href="https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/377">https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/377</a> > Acesso em 08/11/2019.		
<b>Bibliografia complementar</b>  CERTO, Samuel C. <b>Administração moderna.</b> 9. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003. Disponível em < <a href="https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/456">https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/456</a> > Acesso em 08/11/2019.  CHIAVENATO, Idalberto. <b>Os novos paradigmas:</b> como as mudanças estão mexendo com as empresas. 5 ed. Barueri: Manole, 2008. Disponível em < <a href="https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/1609/pdf">https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/1609/pdf</a> > Acesso em 08/11/2019.  CHIAVENATO, Idalberto. <b>Visão e ação estratégica:</b> os caminhos da competitividade. 3 ed. Barueri: Manole, 2009. Disponível em < <a href="https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/31997">https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/31997</a> > Acesso em 08/11/2019.		

<sup>1</sup> A bibliografia será renovada sempre que necessário, após atualização aprovada pelo Colegiado de Curso, sem a necessidade de submissão ao CEPE.



CHOWDHURY, Subir et. al. **Administração no século XXI**: o estilo de gerenciar hoje e no futuro. São Paulo: Prentice Hall, 2003. Disponível em <

<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/260> > Acesso em 08/11/2019.

ROBBINS, Stephan P., DECENZO, David A. **Fundamentos de Administração**: conceitos essenciais e aplicações. 4 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2004. Disponível em <

<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/407> > Acesso em 08/11/2019.

Coordenador do Curso:	Diretor da Unidade:
Nome: Natacha Bertoia	Nome: Claudio Parisi
Assinatura	Assinatura



Componente Curricular: Exclusivo de Curso ( )	Eixo Comum ( x )	Eixo Universal ( )
Curso: Superior de Tecnologia em Gestão em Marketing	Núcleo Temático: Formação Comum	
Nome do Componente Curricular: <b>Comportamento Organizacional</b>	Código do Componente Curricular: <b>ENAD60030</b>	
Carga horária: 4 horas aula	( ) Sala de aula ( ) Laboratório ( x ) EaD	Etapa: 1 <sup>a</sup>
<b>Ementa:</b> Estudo sobre os aspectos que envolvem elementos relacionados ao impacto que os indivíduos, os grupos e a estrutura têm sobre o comportamento das pessoas dentro das organizações, com o propósito de utilizar este conhecimento para melhorar a eficácia organizacional.		
<b>Bibliografia básica<sup>2</sup></b>  HITT, Michel A.; MILLER, Chet C.; COLELLA, Adrienne. <b>Comportamento Organizacional</b> . 3 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2013. Disponível em: <a href="https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-216-2318-2/cfi/4!/4/2@100:0.00">https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-216-2318-2/cfi/4!/4/2@100:0.00</a> . Acesso em 18 out. 2017.  ROBBINS, Stephen P.; JUDGE, Timothy A.; SOBRAL, Filipe. <b>Comportamento Organizacional: teoria e prática no contexto brasileiro</b> . 14 ed. São Paulo: Pearson Prentice-Hall, 2011. Disponível em < <a href="https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/1986">https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/1986</a> > Acesso em 08/11/2019.  SCHERMERHORN JR. John R.; HUNT, James G.; OSBORN, Richard N. <b>Fundamentos de Comportamento Organizacional</b> . 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2007. Disponível em: <a href="https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577800087/cfi/0!/4/4@0.00:47.6">https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577800087/cfi/0!/4/4@0.00:47.6</a> . Acesso em 18 out. 2017.		
<b>Bibliografia complementar</b>  BITENCOURT, Claudia et al. <b>Gestão contemporânea de pessoas: novas práticas, conceitos tradicionais</b> . 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2010. Disponível em: <a href="https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577806225/cfi/0!/4/4@0.00:0.00">https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577806225/cfi/0!/4/4@0.00:0.00</a> . Acesso em 12/06/19.  COSTA, Silvia Generali da. <b>Comportamento Organizacional: cultura e casos brasileiros</b> . Rio de Janeiro: LTC, 2014. Disponível em: <a href="https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-216-2582-7/cfi/6/8!/4/2/4@0:0">https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-216-2582-7/cfi/6/8!/4/2/4@0:0</a> . Acesso em 18 out. 2017		

<sup>2</sup> A bibliografia será renovada sempre que necessário, após atualização aprovada pelo Colegiado de Curso, sem a necessidade de submissão ao CEPE.



DIAS, Reinaldo. **Cultura organizacional**: construção, consolidação e mudança. São Paulo: Atlas, 2013. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522484485/cfi/0!/4/2@100:0.00>

Acesso em 03/12/2018.

HANASHIRO, Darcy Mitiko Mori; TEIXEIRA, Maria Luisa Mendes; ZACCARELLI, Laura Menegon (org.). **Gestão do fator humano**: uma visão baseada em stakeholders. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2008. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502088979/cfi/0>.

Acesso em 18/10/2017

TESTA, Jean-Pierre. LAFARGUE, Jérôme. TILHET-COARTET, Virginie. **Liderança**. São Paulo: Saraiva Educação, 2019. Disponível em: <

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788553131440/cfi/0!/4/2@100:0.00> > Acesso 21/02/2020

Coordenador do Curso:

Nome: Natacha Bertoia

Assinatura

Diretor da Unidade:

Nome: Claudio Parisi

Assinatura



Componente Curricular: Exclusivo de Curso ( x )	Eixo Comum ( )	Eixo Universal ( )
Curso: Superior de Tecnologia em Gestão em Marketing	Núcleo Temático: Exclusivo de Curso	
Nome do Componente Curricular: <b>Definição de Consumidor e seu comportamento</b>	Código do Componente Curricular: <b>ENAD60038</b>	
Carga horária: 4 horas aula	( ) Sala de aula ( ) Laboratório ( x ) EaD	Etapa: 1ª
<b>Ementa:</b> Estudo do comportamento do consumidor analise dos processos de identificação do mercado-alvo, segmentação de mercado e estabelecimento das relações entre público-alvo e organização, comportamento e perfil do consumidor, levando em consideração aspectos culturais, regionais e étnico-raciais. Estudo como se processam as diferentes etapas do processo decisório de compra.		
<b>Bibliografia básica<sup>3</sup></b>  GIGLIO, Ernesto Michelangelo. <b>O Comportamento do consumidor</b> . 4 ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011. Disponível em < <a href="https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522113880/cfi/0!/4/2@100:0.00">https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522113880/cfi/0!/4/2@100:0.00</a> > Acesso em 22/05/18.  GUMMESSON, Evert. <b>Marketing de relacionamento total</b> . 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2010. Disponível em < <a href="https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577806683/cfi/0!/4/2@100:0.00">https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577806683/cfi/0!/4/2@100:0.00</a> > Acesso em 27/09/17.  KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. <b>Administração de Marketing</b> . 14 ed. São Paulo: Pearson Education Brasil, 2012 < <a href="https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/3323">https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/3323</a> > Acesso em 08/11/2019.		
<b>Bibliografia complementar</b>  CHURCHILL, Gilbert A.; PETER, J. Paul. <b>Marketing: criando valor para clientes</b> . São Paulo: Saraiva, 2011. Disponível em < <a href="http://online.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502183605/pages/82842479">http://online.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502183605/pages/82842479</a> >. Acesso em 17/03/2014.  HOOLEY, G. J.; SAUNDERS, J. A.; PIERCY, N. F. <b>Estratégia de Marketing e Posicionamento Competitivo</b> . 3 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2001. Disponível em < <a href="https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/2023">https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/2023</a> > Acesso em 08/11/2019.		

<sup>3</sup> A bibliografia será renovada sempre que necessário, após atualização aprovada pelo Colegiado de Curso, sem a necessidade de submissão ao CEPE.



KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. 15. Ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015. Disponível em: < [h https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/168126](https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/168126) >. Acesso em: 08/11/2019.

SAMARA, Beatriz Santos. MORSCH, Marco Aurélio. **Comportamento do consumidor: conceitos e casos**. São Paulo: Prentice Hall, 2005. Disponível em: < <https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/305> > Acesso em 08/11/2019.

SOLOMON, M. R. **O Comportamento do Consumidor** - Comprando, Possuindo e Sendo. 11 ed. Porto Alegre: Bookman, 2011. Disponível em < <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788582603680/cfi/0!/4/2@100:0.00> > Acesso em 27/04/2019.

Coordenador do Curso: Nome:  
Natacha Bertoia

Assinatura

Diretor da Unidade:  
Nome: Claudio Parisi

Assinatura



Componente Curricular: Exclusivo de Curso ( )		Eixo Comum ( )	Eixo Universal ( x )
Curso: Superior de Tecnologia em Gestão em Marketing		Núcleo Temático: Formação Comum	
Nome do Componente Curricular: <b>Ética e Cidadania</b>		Código do Componente Curricular: <b>EUAD60096</b>	
Carga horária: 2 horas aula	( ) Sala de aula ( ) Laboratório ( x ) EaD	Etapa: 1ª	
<b>Ementa:</b> A disciplina apresenta os conceitos de ética, moral, cidadania e suas inter-relações, no âmbito social, com uma avaliação de sua evolução ao longo da história da humanidade e dos valores fundamentais, segundo os princípios da cosmovisão cristã reformada. Promove-se a reflexão e análise crítica das teorias ético-normativas mais sublinhadas na contemporaneidade e suas implicações práticas em nível político-social, profissional e familiar, por meio de uma discussão à luz dos preceitos calvinistas, destacando-se pontos de contato entre a ética cristã reformada e as diferentes áreas do conhecimento, com a valorização da dignidade humana.			
<b>Bibliografia básica<sup>4</sup></b>  MATTAR, João; ANTUNES, Maria Thereza Pompa (Org.). <b>Filosofia e ética</b> . São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2014. Disponível em < <a href="https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/22096">https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/22096</a> > Acesso em 08/11/2019.  MOURA, Paulo G. M. de. <b>Sociologia política</b> . Curitiba: InterSaberes, 2017. Disponível em: < <a href="https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/81792">https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/81792</a> > Acesso em 08/11/2019.  WEYNE, Bruno Cunha. <b>O princípio da dignidade humana: reflexões a partir da filosofia de Kant</b> . São Paulo: Saraiva, 2013. Disponível em: < <a href="https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502182806/cfi/0">https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502182806/cfi/0</a> > Acesso em 06/10/18.			
<b>Bibliografia complementar</b>  ACQUAVIVA, Marcus Claudio. <b>Teoria geral do Estado</b> . 3 ed. Barueri: Manole, 2010. Disponível em < <a href="https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/1606">https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/1606</a> > Acesso em 08/11/2019.  BRAGA JÚNIOR, Antônio Djalma.; MONTEIRO, Ivan Luiz. <b>Fundamentos da ética</b> . Curitiba: InterSaberes, 2016. Disponível em: < <a href="https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/42147">https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/42147</a> > Acesso em 08/11/2019.  GALLO, Silvio (Coord.). <b>Ética e cidadania: caminhos da filosofia</b> . Campinas: Papyrus, 2015. Disponível em: < <a href="https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/2026">https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/2026</a> > Acesso em 08/11/2019.			

<sup>4</sup> A bibliografia será renovada sempre que necessário, após atualização aprovada pelo Colegiado de Curso, sem a necessidade de submissão ao CEPE.



MATTAR NETO, João Augusto. **Filosofia e ética na administração**. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2010. Disponível em: <  
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502110588/cfi/0!/4/2@100:0.00> > Acesso 06/10/18.

PATRUS, Roberto. **Ética e felicidade**: a aceitação da verdade como caminho para encontrar o sentido da vida. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 2014. Disponível em: <  
<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/53757> > Acesso em 08/11/2019.

Coordenador do Curso: Nome:  
Natacha Bertoia

Assinatura

Diretor da Unidade:  
Nome: Claudio Parisi

Assinatura



Componente Curricular: Exclusivo de Curso ( )		Eixo Comum ( x )		Eixo Universal ( )	
Curso: Superior de Tecnologia em Marketing			Núcleo Temático: Formação Comum		
Nome do Componente Curricular: <b>Fundamentos de Contabilidade e Finanças</b>			Código do Componente Curricular: <b>ENAD60252</b>		
Carga horária: 4 horas aula	( ) Sala de aula ( ) Laboratório ( x ) EaD	Etapa: 1ª			
<b>Ementa:</b> Estudo sobre noções de gestão contábil-financeira que irão contribuir para o sucesso das organizações e dos profissionais das diversas áreas de atuação. O objetivo é dar noções sobre a análise de resultados para a tomada de decisões					
<b>Bibliografia básica<sup>5</sup></b>  CHING, Hong Yuh; MARQUES, Fernando; PRADO, Lucilene. <b>Contabilidade e finanças para não especialistas</b> . 3 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010. Disponível em < <a href="https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/1799">https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/1799</a> > Acesso em 08/11/2019.  IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARION, José Carlos. <b>Curso de Contabilidade para não contadores</b> . 7 ed. São Paulo: Atlas, 2011. Disponível em < <a href="https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522484829/cfi/0!/4/2@100:0.00">https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522484829/cfi/0!/4/2@100:0.00</a> > Acesso em 19/10/2017.  MARION, José Carlos. <b>Contabilidade básica</b> . 12 ed. São Paulo: Atlas, 2018. Disponível em < <a href="https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597018103/cfi/6/2!/4/2/2@0:0">https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597018103/cfi/6/2!/4/2/2@0:0</a> > Acesso em 19/02/20.					
<b>Bibliografia complementar</b>  CREPALDI, Silvio Aparecido. CREPALDI, Guilherme Simões. <b>Contabilidade gerencial: teoria e prática</b> . 8 ed. São Paulo: Atlas, 2019. Disponível em < <a href="https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597011654/cfi/6/2!/4/2/2@0:0">https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597011654/cfi/6/2!/4/2/2@0:0</a> > Acesso em 08/11/2019.  PADOVEZE, Clóvis Luís. <b>Manual de contabilidade básica: contabilidade introdutória e intermediária</b> . 10 ed. São Paulo: Atlas, 2018. Disponível em < <a href="https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597010091/cfi/6/2!/4/2/2@0:42.0">https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597010091/cfi/6/2!/4/2/2@0:42.0</a> > Acesso em 12/06/19.					

<sup>5</sup> A bibliografia será renovada sempre que necessário, após atualização aprovada pelo Colegiado de Curso, sem a necessidade de submissão ao CEPE.



RIBEIRO, Osni Moura. **Noções de Contabilidade Comercial – Fundamentos de Contabilidade**. vol. 2. São Paulo: Érica, 2019. Disponível em < <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788536532196/cfi/0!/4/2@100:0.00> > Acesso em 27/01/2020.

SILVA, César Augusto Tibúrcio; RODRIGUES, Fernanda Fernandes. **Curso prático de contabilidade – Analítico e Didático**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2015. Disponível em < <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597017953/cfi/6/2!/4/2@0:0> > Acesso em 27/04/2019.

SILVA, Edson Cordeiro da. **Introdução à administração financeira: uma nova visão econômica e financeira para a gestão de negócios das pequenas e médias empresas**. Rio de Janeiro: LTC, 2009. Disponível em: < [https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-216-2779-1/cfi/6/2\[vnd.vst.idref=cover\]](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-216-2779-1/cfi/6/2[vnd.vst.idref=cover]) >. Acesso em: 19/02/20

Coordenador do Curso:  
Nome: Natacha Bertoia

Assinatura

Diretor da Unidade:  
Nome: Claudio Parisi

Assinatura



Componente Curricular: Exclusivo de Curso ( )		Eixo Comum ( )	Eixo Universal ( x )
Curso: Superior de Tecnologia em Gestão em Marketing		Núcleo Temático: Formação Comum	
Nome do Componente Curricular: <b>Princípios de Empreendedorismo</b>		Código do Componente Curricular: <b>EUAD60253</b>	
Carga horária: 2 horas aula	( ) Sala de aula ( ) Laboratório ( x ) EaD	Etapa: 1ª	
<b>Ementa:</b> Mudanças no universo corporativo e a crescente importância do empreendedorismo. Habilidades e atitudes essenciais para empreendedores. Mentalidade Empreendedora. Trajetórias de vida e carreira de empreendedores. Planejamento de novos empreendimentos.			
<b>Bibliografia básica<sup>6</sup></b>  BARON, Robert A.; SHANE Scott A. <b>Empreendedorismo: uma visão de processo</b> . São Paulo: Cengage Learning, 2007. Disponível em < <a href="https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522109388/cfi/0!/4/2@100:0.00">https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522109388/cfi/0!/4/2@100:0.00</a> > Acesso em 05/11/2017  BESSANT, John. TIDD, Joe. <b>Inovação e Empreendedorismo</b> . Porto Alegre: Bookman, 2009. Disponível em < <a href="https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577805112/cfi/0!/4/2@100:0.00">https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577805112/cfi/0!/4/2@100:0.00</a> > Acesso em 05/11/2017.  GUIA DE ESTUDOS [livro eletrônico]: Curso Superior de Tecnologia, eixo comum da área de gestão de negócios. <b>Empreendedorismo</b> . São Paulo: Editora Mackenzie, 2016.			
<b>Bibliografia complementar</b>  DEGEN, Ronald Jean. <b>O Empreendedor: empreender como opção de carreira</b> . São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009. Disponível em < <a href="https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/801">https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/801</a> > Acesso em 08/11/2019.  DORNELAS, José. <b>Empreendedorismo para visionários: desenvolvendo negócios inovadores para um mundo em transformação</b> . Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2014. Disponível em < <a href="https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-216-2516-2/cfi/6/2!/4/2@0.00:0.00">https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-216-2516-2/cfi/6/2!/4/2@0.00:0.00</a> > Acesso em 05/11/2017  DORNELAS, José. <b>Empreendedorismo: transformando ideias em negócios</b> . 6 ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2016. Disponível em < <a href="https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597005257/cfi/6/2!/4/2/4@0:0.00">https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597005257/cfi/6/2!/4/2/4@0:0.00</a> > Acesso em 05/11/2017			

<sup>6</sup> A bibliografia será renovada sempre que necessário, após atualização aprovada pelo Colegiado de Curso, sem a necessidade de submissão ao CEPE.



MENDES, Jerônimo. **Empreendedorismo 360º**: a prática na prática. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2017. Disponível em < [https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597012422/cfi/6/2\[:vnd.vst.idref=html1!](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597012422/cfi/6/2[:vnd.vst.idref=html1!) > Acesso em 05/11/2017

POSSOLLI, Gabriela Eyng. **Gestão da inovação e do conhecimento**. Curitiba: Intersaberes, 2012. Disponível em < <https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/6013> > Acesso em 08/11/2017

#### Artigos

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 10/02/2017 acesso em 02/04/2017

SOUZA, Simara Maria de (Coord.). Empreendedorismo no Brasil – 2016. **GEM. Global Entrepreneurship Monitor**. Curitiba – IBQP, 2017. Disponível em <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM%20Nacional%20-%20web.pdf> acesso em 02/04/2017

Coordenador do Curso:  
Nome: Natacha Bertoia

Diretor da Unidade:  
Nome: Claudio Parisi

Assinatura

Assinatura



Componente Curricular: Exclusivo de Curso ( )		Eixo Comum ( x )	Eixo Universal ( )
Curso: Superior de Tecnologia em Gestão em Marketing		Núcleo Temático: Formação Comum	
Nome do Componente Curricular: <b>Princípios de Marketing</b>		Código do Componente Curricular: <b>ENAD60257</b>	
Carga horária: 4 horas aula	( ) Sala de aula ( ) Laboratório ( x ) EaD	Etapa: 1ª	
<b>Ementa:</b> Estudo da tomada de decisão apoiada em padrões e técnicas baseadas em Data Mart, Data Warehouse e Data Mining e funcionalidades de sistemas integrados de gestão (ERP). Introdução aos principais conceitos de marketing e nas principais forças que afetam as decisões mercadológicas. Ênfase ao processo de criação de valor de um produto e marca. Introdução e demonstração das diferentes estratégias de segmentação de mercado, público-alvo e posicionamento. Noções introdutórias de relacionamento com o cliente (CRM).			
<b>Bibliografia básica<sup>7</sup></b>  KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. <b>Princípios de marketing</b> . 9 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2003. Disponível em < <a href="https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/465">https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/465</a> > Acesso em 08/11/2019.  KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. <b>Administração de marketing</b> . 14 ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012. Disponível em < <a href="https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/3323">https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/3323</a> > Acesso em 08/11/2019.  TURBAN, Efraim et al. <b>Business intelligence: um enfoque gerencial para a inteligência do negócio</b> . Porto Alegre: Bookman, 2009. Disponível em < <a href="https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577804252/cfi/0!/4/2@100:0.00">https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577804252/cfi/0!/4/2@100:0.00</a> > Acesso em 19/10/2017.			
<b>Bibliografia complementar</b>  BALTZAN, Paige. PHILLIPS, Amy. <b>Sistemas de informação</b> . Porto Alegre: AMGH, 2012. Disponível em: < <a href="https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788580550764/cfi/0!/4/2@100:0.00">https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788580550764/cfi/0!/4/2@100:0.00</a> > Acesso em 27/04/2019.  CHURCHILL JR, Gilbert A.; PETER, J. Paul. <b>Marketing: criando valor para clientes</b> . 3 ed. São Paulo: Saraiva, 2012. Disponível em			

<sup>7</sup> A bibliografia será renovada sempre que necessário, após atualização aprovada pelo Colegiado de Curso, sem a necessidade de submissão ao CEPE.



<<http://online.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502183605/pages/82842479>>. Acesso em 06/06/2019.

GARCIA, Janaina Leonardo (Org). **Sistemas de informação de marketing**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2016. Disponível em: <  
<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/150960> > Acesso 08/11/2019.

HOOLEY, Graham; PIERCY, Nigel F.; NICOLAUD, Brigitte. **Estratégia de Marketing e Posicionamento Competitivo**. 4 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011. Disponível em <  
<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/2023> > Acesso em 08/11/2019.

KELLER, Kevin L.; MACHADO, Marcos. **Gestão estratégica de marcas**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2006. Disponível em <  
<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/401> >. Acesso em 08/11/2019.

URDAN, Flávio Torres. URDAN, André Torres. **Gestão do composto de marketing**. 2 ed. São Paulo Atlas, 2013. Disponível em <  
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522483778/cfi/0!/4/2@100:0.00> > Acesso em 17/03/2014.

Coordenador do Curso:  
Nome: Natacha Bertoia

Diretor da Unidade:  
Nome: Claudio Parisi

Assinatura

Assinatura