



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE SOCIAIS APLICADAS

Departamento de Ciências Contábeis

Ficha 2 (variável)

Programa válido para o primeiro semestre de 2025.

Disciplina: Fundamentos de Contabilidade		Código: SC213
Matutino: quinta-feira, das 07h30min às 10h45min.		
Noturno: quinta-feira, das 19h00min às 22h15min.		
Natureza: <input checked="" type="checkbox"/> Obrigatória <input type="checkbox"/> Optativa	<input checked="" type="checkbox"/> Semestral Modular	<input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/>
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Totalmente Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EAD <input type="checkbox"/> Parcialmente EAD: _____ *CH

CH Total: 45							
CH Semanal: 03							
Prática como Componente Curricular (PCC):	Padrão (PD): 45 horas total	Laboratório (LB):	Campo (CP):	Estágio (ES):	Orientada (OR): 15 horas total	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):
Atividade Curricular de Extensão (ACE):							

EMENTA

Conceitos básicos de Contabilidade. Interpretação da situação econômico-financeira empresarial a partir da análise de Demonstrações Financeiras.

PROGRAMA

1. Estrutura das Demonstrações Contábeis

- 1.1 Objeto e Finalidade da Contabilidade
- 1.2 Ativo, Passivo, Patrimônio Líquido e sua Escrituração Contábil
- 1.3 Estrutura do Balanço Patrimonial
- 1.4 Receita, Despesa, Resultado e sua Escrituração Contábil
- 1.5 Estrutura da Demonstração do Resultado
- 1.6 Estrutura da Demonstração do Fluxo de Caixa, Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido e Demonstração do Valor Adicionado
- 1.7 Notas Explicativas
- 1.8 Conselho Fiscal, Auditoria Independente e Relatório da Administração

2. Cálculo e Análise Econômico-Financeira

- 2.1 Modelo de Negócio e a Contabilidade
- 2.2 Análise Vertical e Horizontal
- 2.3 Ciclo Econômico, Operacional e Financeiro
- 2.4 Indicadores de Atividade
- 2.5 Indicadores de Liquidez
- 2.6 Indicadores de Estrutura de Capital
- 2.7 Indicadores de Lucratividade e Rentabilidade
- 2.8 Múltiplos de Lucros e Dividendos

OBJETIVO GERAL

O discente deverá ser capaz de compreender a estrutura das demonstrações contábeis para realizar o cálculo e interpretação de indicadores econômico-financeiros, possibilitando condições de diálogo técnico com profissionais de contabilidade, auditores e controladores.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

O discente deverá ser capaz de analisar a estrutura patrimonial e o desempenho econômico-financeiro de empresas por meio do cálculo e interpretação de indicadores;

O discente deverá ser capaz de desenvolver a autonomia de decisão acerca dos recursos administrados nas empresas com base na análise de indicadores econômico-financeira.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina será desenvolvida mediante aulas presenciais expositivas e dialogadas, atividades de leitura e de fixação do conteúdo em classe e extraclasse, individual ou em grupo. Os materiais complementares e as atividades da disciplina podem ser disponibilizados na Plataforma Teams do Pacote Microsoft Office 365 da UFPR.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A avaliação por nota será feita por meio de atividades e provas individuais.

As atividades de avaliação regulares (individual ou em grupo) serão corrigidas atribuindo notas em escala de 0 (zero) a 100 (cem). A média das notas das atividades terá peso total de 20 pontos na nota final da disciplina.

As provas individuais realizadas em classe, sem consulta aos materiais, serão corrigidas atribuindo notas em escala de 0 (zero) a 100 (cem), as quais terão peso total de 80 pontos na nota final da disciplina (40 pontos cada uma).

A nota para aprovação é 70. A nota mínima para qualificação de Exame Final é 40. A nota para aprovação no Exame Final é 50. Para aprovação ou realização do exame final é também necessário atingir, no mínimo, 75% de presença (Resolução 37/97 CEPE).

O Exame Final da disciplina será individual, realizado em classe e sem consulta a materiais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

ASSAF NETO, A. **Estrutura e análise de balanços**: um enfoque econômico-financeiro, comércio e serviços, indústrias, bancos comerciais e múltiplos. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

IUDICIBUS, S.; MARION, J. C. **Curso de contabilidade para não contadores: para as áreas de administração, economia, direito, engenharia**. 9 ed. São Paulo: Atlas-GEN, 2022.

IUDICIBUS, S. (Coord.). **Contabilidade introdutória**. 12a. ed. São Paulo: Atlas-GEN, 2019.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

IUDICIBUS, S. (Coord.). **Contabilidade introdutória: livro de exercícios**. 12ª ed. São Paulo: Atlas-GEN, 2019.

IUDICIBUS, S. **Análise de Balanços**. 11ª ed. São Paulo: Atlas-GEN, 2017.

KOBORI, J. **Análise Fundamentalista**. Editora Alta Books, 2019.

LEMES JUNIOR, A. B.; CHEROBIM, A. P. M. S.; RIGO, C. M. **Administração financeira**: princípios, fundamentos e práticas brasileiras. 4ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2016. (Segundo capítulo).

LEMES JUNIOR, A. B.; CHEROBIM, A. P. M. S.; RIGO, C. M. **Fundamentos de finanças empresariais**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2022. (segundo capítulo).

MARTINS, E.; MIRANDA, G. J.; DINIZ, J. A. **Análise didática das demonstrações contábeis**. 2ª ed. São Paulo: Atlas-GEN, 2018.

JUNIOR, J. H. P.; BEGALLI, G. A. **Elaboração e análise das demonstrações financeiras**. 5ª ed. São Paulo: Atlas-GEN, 2015.

Professor da Disciplina: SILVIA CONSONI

Contato: silviaconsoni@ufpr.br

Assinatura: _____

Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: FLAVIANO COSTA

Assinatura: _____



Documento assinado eletronicamente por **SILVIA CONSONI, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 11/12/2024, às 19:33, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



Documento assinado eletronicamente por **FLAVIANO COSTA, CHEFE DO DEPARTAMENTO DE CIENCIAS CONTABEIS - SA**, em 12/12/2024, às 13:50, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7350997** e o código CRC **58117212**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
 UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
 SETOR DE CIÊNCIA SOCIAIS APLICADAS

Departamento de Administração Geral e Aplicada -
 DAGA

Ficha 2 (variável)

Disciplina: SAOB23 PENSAMENTO ADMINISTRATIVO						Código: SAOB23	
Natureza: (XX) Obrigatória () Optativa		(XX) Semestral Modular () Anual ()					
Pré-requisito: Não há		Co-requisito: Não há		Modalidade: () Totalmente Presencial () Totalmente EAD (xx) Parcialmente EAD:15 - *CH Presencial: 45 CARGA HORÁRIA TOTAL: 60H			
CH Total: 60 CH Semanal: 60 Prática como Componente Curricular (PCC): Atividade Curricular de Extensão (ACE):	Padrão (PD):	Laboratório (LB):	Campo (CP):	Estágio (ES):	Orientada (OR):	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Esta disciplina propõe uma análise abrangente da evolução da gestão antes e após a Revolução Industrial, abordando os principais marcos teóricos e práticos que moldaram a Administração como ciência ao longo do tempo. Os temas explorados incluem: a gestão antes da revolução industrial; a Administração Científica e Teoria Clássica; as funções administrativas; organização racional do trabalho; Movimento das Relações Humanas; Abordagem Comportamentalista; Teoria do Desenvolvimento Organizacional; Teoria dos sistemas; Teoria da Contingência; Novos modelos de gestão e empreendedorismo.

PROGRAMA

A profissão de Administrador - Eficiência e eficácia
A Gestão antes da Revolução Industrial e a Revolução Industrial
A Administração Científica
Teoria Clássica da Administração
Funções administrativas e organização racional do trabalho
Teoria das Relações Humanas
Teoria Behaviorista/Comportamentalista
Teoria do Desenvolvimento Organizacional
Teoria dos Sistemas
Teoria da Contingência
Novos modelos de gestão e empreendedorismo

OBJETIVOS

OBJETIVO GERAL

Conhecer a evolução e as teorias iniciais da Administração

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar as várias correntes teóricas do pensamento administrativo
- Verificar os contextos que propiciaram o surgimento das teorias administrativas
- Propor um domínio conceitual básico da teoria administrativa
- Estabelecer relações entre as referências conceituais e situações concretas

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

Sistema de Comunicação Adotado

A comunicação com a turma se dará via "Avisos" inseridos na sala de aula virtual por meio da UFPR Virtual (<https://ufprvirtual.ufpr.br/>) que contém o sistema de comunicação com a turma. Destaque-se que

É necessário que o estudante possua e-mail institucional válido (e-mail UFPR) e funcionando;

É de responsabilidade do estudante matriculado manter e acessar o seu e-mail institucional

durante a realização da disciplina.

A professora não é responsável pela instabilidade do sistema e nem por questões ou problemas relacionados ao acesso do estudante aos mecanismos e plataformas usados no âmbito da UFPR. Cabe ao estudante informar-se e saber usar os instrumentos e ferramentas usados em sala de aula e fora dela.

Material Didático Específico

O material didático será composto de uma série de instrumentos que podem ser usados em conjunto ou separadamente. Entre eles se destacam:

- Vídeo aulas disponíveis na Plataforma YouTube ou outra que esteja disponível. Os vídeos podem ser tanto de autoria da professora quanto aqueles disponíveis livremente naquela plataforma.
- Aulas presenciais com a utilização de estratégias de ensino consideradas adequadas pela professora
- Roteiros e materiais de instrução para a realização das atividades propostas;
- Textos de autoria da professora;
- Artigos científicos disponibilizados de forma livre e gratuita pela internet;
- Indicação de livros e materiais de estudo disponíveis na Biblioteca da UFPR
- Disponibilização de links externos: de vídeos ou de reportagens relacionadas com o tema de cada aula.
- Podcasts ou streamings de compartilhamento de arquivos de áudio distribuídos livremente na internet

Atribuições do Professor

Desenvolver, aplicar e acompanhar as atividades discentes, conforme o cronograma do curso e plano de ensino. Não é atribuição do professor resolver problemas técnicos de acesso, problemas com equipamentos dos estudantes ou da UFPR ou de capacitação do estudante para lidar com os instrumentos e plataformas disponibilizados.

Não é atribuição do professor receber quaisquer documentos como atestados e declarações emitidos por qualquer organismo ou pessoa.

Infraestrutura de suporte tecnológico, científico e instrumental à disciplina:

Para que o estudante possa acompanhar as aulas será necessário que:

- **Compareça às aulas presenciais;**
- **Não use celular em sala de aula – estudantes que estejam usando celular em sala de aula serão retirados de sala e lhes será atribuída falta para as frações cabíveis.**
- Tenha acesso à internet para as atividades extraclasse e atividades orientadas;
- Tenha acesso à equipamento com capacidade para reprodução de vídeos e som;
- Tenha acesso à sala de aula virtual no UFPR Virtual (<https://ufprvirtual.ufpr.br/>) – novamente aqui – é necessário que o estudante tenha e-mail institucional (por exemplo: nomedoestudante@ufpr.br)

Não é de responsabilidade do professor a resolução de problemas de ordem técnica

advindos tanto da falta de conhecimento, quanto da falta/falha em equipamentos.

FORMAS DE AVALIAÇÃO E AFERIÇÃO DE FREQUÊNCIA

As atividades avaliativas poderão se dar de diversas formas, tais como, provas objetivas, autoavaliação, provas dissertativas, elaboração de produção escrita, elaboração de mapas mentais, entre outros instrumentos avaliativos. A execução da atividade de avaliação deverá ser feita pelo estudante **de forma individual e ética**. Os resultados das atividades serão divulgados em até 30 dias depois da realização das atividades e provas, exceto para a realização de prova final na qual a divulgação da nota pode ser dar até 48 horas antes.

a) Tipos de avaliação

TIPO DE AVALIAÇÃO	FORMA DE AVALIAÇÃO	DATA DA AVALIAÇÃO	DATA LIMITE DE CORREÇÃO OU DEVOLUTIVA DA ATIVIDADE	PONTOS NA NOTA (0 a 100)
Prova	Instrumento formal	Aula 07	Até 30 dias após avaliação	40
Prova	Instrumento formal	Aula 15	Até 48 antes da prova final	40
Atividades e avaliações em classe e extraclasse	Instrumentos diversos	Em qualquer aula	Em sala de aula e extraclasse	10
Autoavaliação	Questionário on-line ou outro	Aula 15	Sem devolutiva	10
EXAME FINAL : Conforme calendário acadêmico oficial da UFPR divulgado pela PROGRAD e Aprovado pelo CEPE				
				TOTAL = 100

A média semestral do aluno resultará do somatório das atividades de avaliação e ensejam nas seguintes situações em relação à aprovação/reprovação:

- Nota total semestral igual ou superior a sete, resulta na aprovação do estudante;
- Nota total semestral entre 40 e 69 resulta na necessidade do estudante em realizar de exame final.
- Nota total semestral inferior a 40 resulta na reprovação direta sem direito a exame final.

A aprovação é condicionada à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h) conforme Lei de Diretrizes e Bases da Educação. A aferição do desempenho se dará conforme o quadro a seguir:

b) Aferição da frequência:

A frequência será aferida por meio de chamadas e/ou listas de presenças e atividades presenciais. A carga horária da disciplina é de 60 horas conforme projeto pedagógico. Isso significa dizer que, **mesmo que o estudante seja matriculado depois do início das aulas, serão atribuídas faltas nas datas anteriores à matrícula na disciplina.** Tal

previsão está contida igualmente no regimento da UFPR em que consta expressamente:

- Artigo 86 “§ 1º *Entende-se por assiduidade a frequência mínima de setenta e cinco por cento das atividades de cada disciplina, vedado o abono de faltas.*”
- Art. 88. “*São condições de aprovação por média: I- alcançar o mínimo de frequência igual a setenta e cinco por cento das atividades didáticas na disciplina*”;

BIBLIOGRAFIA:

BÁSICA

- a) ANDRADE, R. O. A.; AMBONI, N. **Teoria geral da Administração**: das origens às perspectivas contemporâneas. São Paulo: M. Brooks, 2007.
- b) CHIAVENATO, I. Introdução à teoria geral da administração - Edição Compacta– 5ª Ed. | 2021
- c) MAXIMIANO, A. C. A. **Introdução à Administração**. 4 ed. São Paulo: Atlas. 1995.
- d) MOTTA, F. C. P.; VASCONCELOS, I. F. F. G. D. **Teoria geral da administração**. Cengage Learning Brasil, 2021

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

COMPARATO, F. K. Capitalismo: civilização e poder. **Estudos avançados**, v. 25, n.72, p. 251-276. disponível em:

<https://www.scielo.br/j/ea/a/6rdrn6gfNjWGcwjBVcFszSWh/?lang=pt>

HONORIO, Luiz Carlos. A internacionalização de empresas brasileiras em uma perspectiva motivacional. **RAM, Revista de Administração Mackenzie**, v. 9, n. 2, p. 128-151, 2008. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-69712008000200007&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 01/09/2021. <https://doi.org/10.1590/S1678-69712008000200007>.

MAXIMIANO, Antônio C. **Teoria Geral da Administração**. São Paulo: Atlas, 2009.

MOTTA, F. C. P. A teoria geral dos sistemas na teoria das organizações. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, [S. l.], v. 11, n. 1, p. 17–33, 1971. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rae/article/view/40313>. Acesso em: 1 mar. 2023.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. **História da Administração**: como entender as origens, aplicações e as evoluções da Administração. São Paulo: Atlas, 2012.

PUGH, Derek S; HICKSON, David J. **Os teóricos das organizações**. Rio de Janeiro: Qualimark, 2004.

SIMON, Herbert. **Comportamento administrativo**: estudo do processo decisório nas organizações administrativas. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1979.

SOUZA, Edson Miranda De; AGUIAR, Afrânio Carvalho. Publicações póstumas de Henri Fayol: revisitando sua teoria administrativa. **RAM, Revista de Administração Mackenzie (Online)**, v.12, n.1, p.204-227, 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S167869712011000100008&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 13 out. 2020. <http://dx.doi.org/10.1590/S1678-69712011000100008>.

TAYLOR, Frederick W. **Princípios de administração científica**. São Paulo: Atlas, 1995.

VIZEU, Fabio. (Re)contando a velha história: reflexões sobre a gênese do Management. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 14, n. 5, p. 780-797, 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-6552010000500002&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 13 out. 2020

WREN, D.A; BEDEIAN, A.G. **The evolution of management thought**. 6 ED. Wiley, 2009

PROGRAMAÇÃO DAS AULAS

Aula	Data	Tema	Atividades avaliativas da semana	Leituras de sustentação
1	11/03	Parte da aula usada pela coordenação. A profissão de Administrador - Conceito de eficiência e eficácia	Pode haver atividade em classe e/ou extraclasse	Plano de ensino da disciplina
2	18/03	Primórdios da Administração	Pode haver atividade em classe e/ou extraclasse	WREN, D.A.; BEDEIAN, A.G. The evolution of management thought . 6 ED. Wiley, 2009
3	25/03	Primórdios da Administração; Revolução industrial	Pode haver atividade em classe e/ou extraclasse	FERNANDES, J. M. F. Revolução Industrial , Edição Própria, 2022. ANDRADE, R. O. A.; AMBONI, N. Teoria geral da Administração: das origens às perspectivas contemporâneas. São Paulo: M. Brooks, 2007 COMPARATO, F. K. Capitalismo: civilização e poder. Estudos avançados , v. 25, n.72, p. 251-276. disponível em: https://www.scielo.br/j/ea/a/6rdn6gfNjWGcwjBVcFszSWh/?lang=pt
4	01/04	Escola da Administração Científica Prova do livro	Pode haver atividade em classe e/ou extraclasse	TAYLOR, F. W. Princípios da Administração Científica 8 ed. São Paulo: Atlas, 1990.
5	08/04	Administração Clássica	Pode haver atividade em classe e/ou extraclasse	MAXIMIANO. Capítulo 4. Fayol e o processo administrativo
6	15/04	Organização racional do trabalho	Pode haver atividade em classe e/ou extraclasse	MAXIMIANO, A. C. A. Introdução à Administração . 4 ed. São Paulo: Atlas. 1995 – Capítulos 12, 13 e 14.
7	22/04	Prova bimestral		
8	29/04	Movimento das Relações Humanas	Pode haver atividade em classe e/ou extraclasse	FERNANDES, J. M. F. Movimento das Relações Humanas. Edição própria.
9	06/05	Abordagem comportamentalista	Pode haver atividade em classe e/ou extraclasse	FERNANDES, J. M. F. Abordagem comportamentalista da Administração SIMON, Herbert. Comportamento administrativo : estudo do processo decisório nas organizações administrativas. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1979.

10	13/05	Desenvolvimento organizacional Prova de livro	Pode haver atividade em classe e/ou extraclasse	Estruturação das organizações: obrigações do Administrador
11	20/05	Teoria Geral dos Sistemas	Pode haver atividade em classe e/ou extraclasse	MOTTA, F. P. Teoria Geral dos Sistemas disponível em: https://www.scielo.br/j/rae/a/LC3g5RvC3LZtzCwGnRTBnZC/?format=pdf&lang=pt
12	27/05	Abordagem Contingencial	Pode haver atividade em classe e/ou extraclasse	CHIAVENATO, I. As novas abordagens na teoria administrativa. Disponível em: https://www.scielo.br/j/rae/a/SrFPLQkr3PrHW6QqY3JSQjC/?lang=pt
13	03/06	Abordagem Contingencial – Estratégia nas organizações	Pode haver atividade em classe e/ou extraclasse	FERNANDES, J M. F. Gestão estratégia e estratégia organizacional – apostila didática
14	10/06	Novos modelos de gestão e empreendedorismo		
15	17/06	Prova bimestral e autoavaliação		Todos
		Exame Final: a ser divulgado quando liberado o calendário acadêmico da UFPR para 2025		

ATENÇÃO: Trata-se de uma previsão e, como tal, podem acontecer adiantamentos e atrasos. As datas que não podem e não serão mudadas são as datas das avaliações formais (provas bimestrais) que acontecerão nas aulas 07 e



Documento assinado eletronicamente por **JANE MENDES FERREIRA FERNANDES**, **PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 20/12/2024, às 11:02, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7386594** e o código CRC **38BF71D2**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
 UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
 SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Coordenação do Curso de ou Departamento de Administração Geral e Aplicada

Ficha 2 (variável)

Disciplina:						Código: SA0B24	
Natureza: (X) Obrigatória () Optativa			(X) Semestral () Anual () Modular				
Pré-requisito:		Co-requisito:		Modalidade: (X) Totalmente Presencial () Totalmente EAD () Parcialmente EAD: _____ *CH			
CH Total: 60 CH Semanal: 4 Prática como Componente Curricular (PCC): Atividade Curricular de Extensão (ACE):	Padrão (PD): 60	Laboratório (LB):	Campo (CP):	Estágio (ES):	Orientada (OR):	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC).

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

1. PESQUISA CIENTÍFICA
2. O PAPEL DO PESQUISADOR NA ACADEMIA E NA SOCIEDADE
3. GRANDES DESAFIOS DA SOCIEDADE: TEMAS DE PESQUISA
4. ETAPAS E MÉTODOS DE PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO
5. APRESENTAÇÃO DE PROJETOS DE PESQUISA

PROGRAMA

Esta disciplina abordará a pesquisa em administração por meio do estudo de métodos como análise de conteúdo, analogias e metáforas, pesquisa bibliográfica estruturada, integrativa e sistemática, análise de discurso, etnografia, mapas cognitivos, casos múltiplos e grupos de foco. Serão explorados temas e problemas de pesquisa relevantes e atuais. Serão apresentadas as possibilidades de carreira do pesquisador em administração e a sua importância na resolução de grandes desafios da sociedade.

OBJETIVO GERAL

Apresentar métodos e técnicas de pesquisa em administração que fundamentam a elaboração de projetos e artigos científicos .

OBJETIVO ESPECÍFICO

- A) Explicar a importância da pesquisa em administração e a carreira profissional do pesquisador.
- B) Apresentar as etapas de elaboração de projetos e artigos científicos da administração.
- C) Estudar os diversos métodos de pesquisa em administração.
- D) Investigar problemas de pesquisa da administração.
- E) Utilizar base de dados científicas como SCOPUS e Web of Science.
- F) Compreender grandes desafios da sociedade por meio de métodos de pesquisa em administração, incluindo-se o emprego de tecnologias de inteligência artificial.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

Aulas presenciais, podendo haver aula remota na forma de orientações, desde que comunicado pelo professor em sala de aula, apresentação de conteúdos pelo professor, estudos e discussões em grupos, análises críticas e estudos de casos.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

Prova Individual (50 pts) + Trabalho Final em Grupos (50 pts)

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

· Sobre Métodos de Pesquisa:

- 1) VERGARA, S.C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 8a Ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- 2) VERGARA, S.C. **Métodos de pesquisa em administração**. 2a ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- 3) GIL, A.C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2017.
- 4) GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5a ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- 5) COLLIS, J. & HUSSEY, R. **Pesquisa em Administração: Um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação**. 2a Ed. São Paulo: Bookman, 2005.

· Sobre Problemas e Estratégias em Sustentabilidade:

HART, S. L. & MILSTEIN, M. B. **Criando Valor Sustentável**. *RAE Executive*, v.17, p.2, 56-69, 2003.

<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/gvexecutivo/article/view/34820/33619>

NATURA. **Relatório Integrado Natura & Co – América Latina**. P.1-239, 2021.

https://static.rede.natura.net/html/site_cf/br/07_2022/relatorio_anual/Relatorio_Integrado_Natura_Co_America_Latina_2021_VF_28.7.pdf

NATURA. **Carbono Neutro**. (Caso). Entregue pelo professor como PDF.

NATURA. **Agregação de Valor na Castanha do Brasil**. (Caso). Entregue pelo professor como PDF.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Transformando Nosso Mundo: A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável**, 2015, <https://brasil.un.org/sites/default/files/2020-09/agenda2030-pt-br.pdf>

PRAHALAD, C. K.; HART, S. L. The Fortune at the Bottom of the Pyramid. **Strategy and Business**, v.26, p. 1–14, 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

BARNEY, J. Editor's comments: positioning a theory paper for publication. **Academy of Management Review**, v.43, n.3, p.345-348, 2018.

HART, S; DOWELL, G. **Invited editorial: a natural-resource-based view of the firm: fifteen years after**. *Journal of Management*, v.37, n.5, p.1464-1479, 2011.

LANDRUM, N.E. **Stages of Corporate Sustainability: Integrating the Strong Sustainability Worldview**. *Organization & Environment*, v.31, n.4, pp.1-27, 2017. <https://doi.org/10.1177/10860266177174>

LANGE, D., & PFARRER, M.D. (2017). Editors' Comments: Sense and Structure - The Core Building Blocks of an AMT Article. *Academy of Management Review*, 42(3), 407-416. <https://doi.org/10.5465/amr.2016.0225>

UNITES NATIONS – UN. **Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development**. A/RES/70/1. 2015. Retrieved 04/March/2020, https://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/70/1&Lang=E



Documento assinado eletronicamente por **FARLEY SIMON MENDES NOBRE, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 20/12/2024, às 17:44, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7389103** e o código CRC **5D01580D**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Coordenação do Curso de Administração (DAGA)

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Análise Ambiental e Decisão Estratégica (M1 - Segundas-feiras, 07:30) Código: SA0B01

Natureza:
(X) Obrigatória () Semestral () Anual () Modular
() Optativa

Pré-requisito: nenhum Co-requisito: nenhum Modalidade: (X) Totalmente Presencial () Totalmente EAD () Parcialmente EAD: _____ *CH

CH Total: 60h							
CH Semanal: 4h							
Prática como Componente Curricular (PCC):	Padrão (PD): 45h total / 3h semanal	Laboratório (LB):	Campo (CP):	Estágio (ES):	Orientada (OR): 15h total / 1h semanal	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):
Atividade Curricular de Extensão (ACE):							

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC).

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Análise ambiental interna e externa. Decisão estratégica competitiva e corporativa. Indicadores de desempenho estratégico. Aplicações em empresas de diferentes setores, tamanhos e contextos. Temas e ferramentas emergentes no campo da decisão estratégica.

PROGRAMA

1. Fundamentos Conceituais e Históricos da Administração Estratégica

Conceitos-chave em administração estratégica

Origem, nascimento e desenvolvimento da administração estratégica

2. Conteúdo Estratégico

Introdução à Administração estratégica

O ambiente externo: oportunidades, ameaças, competição na indústria e análise dos concorrentes

O ambiente interno: recursos, capacitações e competências essenciais

Estratégia no nível de negócios

Estratégia no nível corporativo

Estratégias de Diversificação

Estratégias de aquisição, fusão e reestruturação

Estratégias de cooperação

Estratégias de internacionalização

3. Processo Estratégico

Introdução à implementação e ao controle estratégicos

OBJETIVO GERAL

Desenvolver a compreensão sobre os conceitos e abordagens da Administração Estratégica e sobre o processo de formulação e implementação das Estratégias, assim como o domínio sobre as principais metodologias e técnicas de análise estratégica.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Elaborar a análise do ambiente estratégico de forma a estabelecer um diagnóstico.
2. Elaborar objetivos, metas, planos, políticas estratégicas.
3. Estabelecer medidas de avaliação estratégica.
4. Promover medidas de implementação estratégica.
5. Desenvolver a capacidade para a tomada de decisão ética em relação ao contexto estratégico da organização.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

As aulas serão desenvolvidas de forma expositivo-dialogadas. As aulas serão divididas em dois momentos: (1) momento de apresentação teórico-conceitual e (2) momento de estudos de caso.

IMPORTANTE: é obrigatória a leitura cuidadosa dos textos indicados para leitura em cada aula. Além disso, o estudante DEVE ler e reparar o caso indicado para cada aula INDIVIDUALMENTE.

CRONOGRAMA PREVISTO:

Aula	Data	Conteúdo	Leituras
1	10/03/2025	Introdução à disciplina – Plano	1. VIZEU, F.; GONÇALVES, S. A. Pensamento estratégico: origens, princípios e perspectivas . São Paulo: Atlas, 2010.
2	17/03/2025	O que é estratégia - conceitos	1. MINTZBERG, H.; LAMPEL, J.; QUINN, J. B.; GOSHAL, S. O processo da estratégia : conceitos, contextos e casos selecionados. Porto Alegre: Bookman, 2006. (Capítulo 1: Estratégias = Leitura 1.1 Cinco P's para Estratégia, p. 24-29 / Leitura 1.2 Estratégias para Mudança, p. 29-34 / Leitura 1.4 Reflexões sobre o Processo Estratégico, p. 39-44)
3	24/03/2025	Administração estratégica e contexto. Uma definição sobre os componentes: conteúdo, processo, resultados.	BARNEY, J. B.; HESTERLY, W. S. Administração Estratégica e Vantagem Competitiva : conceitos e casos. São Paulo: Pearson, 2011. (Capítulo 1: O que é estratégia e o processo de administração estratégica – p. 2-22).
4	31/03/2025	Análise do Ambiente 1 – Macroambiente	BARNEY, J. B.; HESTERLY, W. S. Administração Estratégica e Vantagem Competitiva : conceitos e casos. São Paulo: Pearson, 2011. (Capítulo 2: Avaliação do ambiente externo de uma empresa – p. 24-56).

5	07/04/2025	Análise do Ambiente 2 – Ambiente competitivo	BARNEY, J. B.; HESTERLY, W. S. Administração Estratégica e Vantagem Competitiva : conceitos e casos. São Paulo: Pearson, 2011. (Capítulo 2: Avaliação do ambiente externo de uma empresa – p. 24-56).
6	14/04/2025	Análise Contexto Interno	BARNEY, J. B.; HESTERLY, W. S. Administração Estratégica e Vantagem Competitiva : conceitos e casos. São Paulo: Pearson, 2011. (Capítulo 3: Avaliação das capacidades internas de uma empresa – p. 57-104).
	21/04/2025	FERIADO (TIRADENTES)	
7	28/04/2025	TRABALHO PARTE 1	
8	05/05/2025	Prova 1	Toda a matéria abordada até aqui será objeto da prova.
9	12/05/2025	Estratégias Competitivas / Estratégias de Nível de Negócio	BARNEY, J. B.; HESTERLY, W. S. Administração Estratégica e Vantagem Competitiva : conceitos e casos. São Paulo: Pearson, 2011. (Capítulos 4: Liderança em custo – p. 106-132 + Capítulo 5: Diferenciação do Produto – p. 133-170).
10	19/05/2025	Estratégias Corporativas, decisões de escopo e internacionalização.	BARNEY, J. B.; HESTERLY, W. S. Administração Estratégica e Vantagem Competitiva : conceitos e casos. São Paulo: Pearson, 2011. (Capítulos 6: Integração Vertical – p. 172-195 + Capítulo 7: Diversificação Corporativa – p. 196-224 + Capítulo 8: Organizando para implementar a diversificação corporativa – p. 225-249).
11	26/05/2025	Estratégias Cooperativas	BARNEY, J. B.; HESTERLY, W. S. Administração Estratégica e Vantagem Competitiva : conceitos e casos. São Paulo: Pearson, 2011. (Capítulos 9: Alianças Estratégicas – p. 250-302)
12	02/06/2025	Mudança e reposicionamento estratégico	1. MINTZBERG, H.; LAMPEL, J.; QUINN, J. B.; GOSHAL, S. O processo da estratégia : conceitos, contextos e casos selecionados. Porto Alegre: Bookman, 2006. (Capítulo 6: Mudança estratégica – p. 151-176) 2. JOHNSON, G.; SCHOLES, K. WHITTINGTON, R. Explorando a Estratégia Corporativa : textos e casos. Porto Alegre: Bookman, 2007. (Capítulo 10: Gerenciando a Mudança Estratégica – p. 539-580)
13	09/06/2025	Estratégia como prática social	LAVARDA, R. A.; CARNEIRO, V.; RESE, N. Estratégia como Prática . In: ABDALLA, M. M.; CANEJERO, M. A.; OLIVEIRA, M. A. Administração Estratégica : da teoria à prática no Brasil. São Paulo: Atlas-GEN, 2019.
14	16/06/2025	TRABALHO PARTE 2	
15	23/06/2025	PROVA 2	
	07/07/2025	PROVA FINAL	

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A avaliação será composta pelas atividades a seguir. As provas estão previstas em dias específicos no cronograma acima. Os estudos de caso ocorrerão no decorrer do semestre, durante as aulas.

PRIMEIRO BIMESTRE

1. Prova 1 - 50%
2. Resolução dos Casos - 15%
3. Trabalho Parte 1 - 35%

SEGUNDO BIMESTRE

1. Prova 2 - 50%
2. Resolução dos Casos - 15%
3. Trabalho Parte 2 - 35%

A média semestral do aluno será a soma da nota do primeiro e do segundo bimestres dividida por dois. Se a nota for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado. Se estiver entre 40 e 69 o aluno deverá fazer Prova Final. **IMPORTANTE:** a aprovação é condicionada ainda a uma frequência igual ou superior a 75%.

ALERTA! Ao longo das aulas poderão ser propostas avaliações “surpresas” a respeito do conteúdo dos materiais indicados para leitura prévia, as quais comporão a nota das atividades desenvolvidas em sala, ou ainda poderão figurar como bônus nas avaliações gerais, a critério da Professora. Logo, todos os alunos deverão estar preparados para tais atividades que eventualmente possam ser propostas pela professora, como forma de avaliação.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

- ABDALLA, M. M.; CANEJERO, M. A.; OLIVEIRA, M. A. **Administração Estratégica:** da teoria à prática no Brasil. São Paulo: Atlas-GEN, 2019. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597021325/epubcfi/6/2%5B%3Bvnd.vst.idref%3Dcover%5D!/4/2/2%4051:1>
- BARNEY J. B.; HESTERLY W. S. **Administração estratégica e vantagem competitiva:** conceitos e casos. 5ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2017.
- HITT, M. A.; IRELAND, R D.; HOSKISSON, R. E. **Administração estratégica – Competitividade e globalização – Conceitos .** Tradução da 12a edição norte-americana. Cengage Learning Brasil, 2019. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522127986/pageid/0>
- JOHNSON, G.; SCHOLLES, K. WHITTINGTON, R. **Fundamentos de estratégia.** Porto Alegre: Bookman, 2011. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788577808007/pageid/0>
- MINTZBERG, H.; LAMPEL, J.; QUINN, J. B.; GOSHAL, S. **O processo da estratégia:** conceitos, contextos e casos selecionados. Porto Alegre: Bookman, 2006. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788577800605/pageid/0>

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

- BESANKO, D.; DRANOVE, D.; SHANLEY, M. **A economia da estratégia.** Grupo A, 2012. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788540700581/pageid/0>
- CERTO, S.C; PETER, J. P.; MARCONDES, R. C.; CESAR, A.M. R. **Administração Estratégica.** 2 ed. Porto Alegre: Pearson, 2005.
- GAMBLE, J. E.; JR., A. A. T. **Fundamentos da Administração Estratégica.** Grupo A, 2013. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788580550894/pageid/0>
- MAGRETTA, J. **Entendendo Michael Porter.** Editora Alta Books, 2019. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788550805047/pageid/0>
- MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. **Safari de estratégia.** Grupo A, 2010. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788577807437/pageid/0>
- VIZEU, F.; GONÇALVES, S. A. **Pensamento estratégico:** origens, princípios e perspectivas. São Paulo: Atlas, 2010.



Documento assinado eletronicamente por **NATALIA RESE, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 20/12/2024, às 21:28, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7389321** e o código CRC **2FA5374E**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
 UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
 SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Coordenação do Curso de ou Departamento de
 Administração (DAGA)

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Produtos e Marcas M1						Código: SAOB27	
Natureza: <input checked="" type="checkbox"/> Obrigatória <input type="checkbox"/> Optativa		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral Modular <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/>					
Pré-requisito: nenhum		Co-requisito: nenhum		Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Totalmente Presencial <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Totalmente EAD <input type="checkbox"/> Parcialmente EAD: _____ *CH			
CH Total: 60h							
CH Semanal: 4h							
Prática como Componente Curricular (PCC):	Padrão (PD): 45h	Laboratório (LB): 00	Campo (CP): 00	Estágio (ES): 00	Orientada (OR): 15h	Prática Específica (PE): 00	Estágio de Formação Pedagógica (EFP): 00
Atividade Curricular de Extensão (ACE):							

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Conceito de produto. Tipologias de produto. Ciclo de vida do produto. Inovação de produtos. Pesquisa de produto. Desenvolvimento de produto. Análise de viabilidade do produto. Lançamento de produto. Estratégias de portfólio de produto. Conceito de marca. Valor de marca. Posicionamento de marca. Elementos de marca. Arquitetura de marca. Extensão de marca.

PROGRAMA

1. **Conceito de produto.** Introdução. Diferença entre produtos e serviços. Níveis de produto. Dimensões do produto.
2. **Tipologias de produto.** Classificações de produto. Tipos de produtos consumidores e empresariais. **Estratégias de portfólio de produto.** O mix de produtos. Amplitude, extensão, profundidade. Decisões de mix de produto.
4. **Ciclo de vida do produto.** O desenvolvimento de linhas de produtos. Decisões de produtos. **Inovação de produtos.** A importância da inovação. O estudo da inovação. Modelos de inovação. A inovação como processo de gestão. A empresa inovadora. Criatividade.
5. **Pesquisa de produto:** consumidores e concorrência. Pesquisa de mercado. Teste de novos produtos. **Desenvolvimento de produto:** etapas do processo, técnicas e ferramentas. Planejamento de um novo produto. Estratégia de desenvolvimento de produtos. O processo de desenvolvimento de novos produtos. **Comportamento do consumidor.**
6. **Análise de viabilidade do produto:** técnica, jurídica, econômica e ambiental. **Lançamento de produto.** Atividades e processos de lançamento.
7. **Conceito de marca.** Marcas e gestão de marca. **Valor de marca:** financeiro e baseado no cliente. O conceito de *brand equity*. *Brand equity* baseado no cliente.
8. **Posicionamento de marca.** Estabelecimento, diretrizes e determinação de valores de marca. **Elementos de marca:** construção de identidade. Critérios e estratégias na escolha de elementos de marca. Embalagem e rotulagem.
9. **Arquitetura de marca:** hierarquia e organização do portfólio de marcas. **Extensão de marca:** estratégias e técnicas. Vantagens, desvantagens e oportunidades de extensão de marca.

OBJETIVO GERAL

Transmitir aos estudantes os conceitos básicos de produtos e marcas, destacando a importância da ação voltada para o mercado como elemento essencial da estratégia da empresa, visando à reflexão, análise e discussão para desenvolver e avaliar estratégias de produtos e de marcas.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Desenvolver uma percepção prática da utilização de produtos e marcas no dia a dia;
Diferenciar produtos e serviços;
Perceber os produtos utilizados no dia a dia e suas categorias;
Conhecer a dinâmica do ciclo de vida dos produtos;
Analisar o mix de produtos de uma empresa real suas linhas de produtos;
Perceber produtos novos que podem ser lançados no mercado;
Entender a diferença entre linha de produtos com marca de rótulo próprio e linha de produtos de marca de fabricante;
Compreender a importância da criação e revitalização da marca;
Reconhecer a importância da embalagem, da rotulagem e da garantia na criação de valor para o consumidor;
Realizar leituras e apresentações de estudos de caso de marcas;
Aprender o desenvolvimento dos quatro pilares da marca;
Analisar o posicionamento da marca;
Desenvolver competências humanas: de comunicação, liderança, cooperação, adaptação, ética e respeito, de comunicação profissional e interpessoal, de liderança de indivíduos e equipes de trabalho;
Desenvolver competências analítico-decisórias: de autoconhecimento, autoavaliação e aprimoramento constante de conhecimentos, habilidades e competências, de autonomia de aprendizagem, decisão e ação.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina será composta de aulas expositivas presenciais (com slides disponibilizados antecipadamente) e de atividades presenciais (45 horas) e atividades orientadas (15 horas). As atividades orientadas (individuais e em equipe) serão disponibilizadas na sala de aula virtual (Plataforma Teams) e deverão ser entregues de forma impressa (ou manual), em sala de aula presencial, e serão compostas de temas referentes a estratégias de produtos e de marcas.

Em cada aula haverá explicação da atividade a ser entregue e da forma de avaliação da referida atividade (será disponibilizada a rubrica de avaliação de cada atividade).

A comunicação será feita via Plataforma Teams e e-mail institucional. Dentre as atividades propostas durante a disciplina estão o uso de livros, artigos, vídeos e material promocional, casos, atividades dialogadas e avaliação e desenvolvimento de estratégias de produtos e de marcas, além de palestras proferidas por ministrantes qualificados no mercado.

Cronograma / Datas de provas / Atividades / Exame

Dia	Assunto	Obs
-----	---------	-----

<p>14/03/2024</p> <p>Aula 1</p>	<p>Dinâmica das expectativas. O que os alunos esperam da disciplina.</p> <p>Visão geral da disciplina. Apresentação do plano de ensino.</p> <p>1. Conceito de produto. Introdução. Diferença entre produtos e serviços. Níveis de produto.</p>	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p> <p>Atividade individual: Meu compromisso</p> <p>A partir da dinâmica das expectativas, meu compromisso com a disciplina.</p> <p>Entrega em 21/3 (vale presença para 14/3)</p>
<p>21/03/2024</p> <p>Aula 2</p>	<p>2. Tipologias de produto. Dimensões do produto. Tipos de produtos consumidores e empresariais.</p>	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p> <p>Atividade 1, Individual: Meu diário de consumidor</p> <p>Entrega em 28/3 (vale presença para 21/3)</p>
<p>28/03/2024</p> <p>Aula 3</p>	<p>3. Estratégias de portfólio de produtos. O desenvolvimento de linhas de produtos. Decisões de produtos.</p> <p>Palestra.</p>	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p> <p>Divisão das equipes para os trabalhos em equipe no semestre.</p> <p>Atividade 2, em equipe: Linha de produtos</p> <p>(Adaptada de Boone e Kurtz, 2009, p. 405).</p> <p>Entrega em 11/4 (vale presença para 28/3 e 04/4)</p>
<p>04/04/2024</p> <p>Aula 4</p>	<p>4. Ciclo de vida do produto. Pesquisa de produto: consumidores e concorrência. Desenvolvimento de produto: etapas do processo, técnicas e ferramentas. Serviços.</p>	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p> <p>Observação: Atividade ponto extra: Ciclo de Vida (em sala).</p> <p>Palestra.</p>

<p>11/04/2024</p> <p>Aula 5</p>	<p>5. Inovação de produtos. A importância da inovação. O estudo da inovação. Modelos de inovação. A inovação como processo de gestão. A empresa inovadora. Criatividade.</p>	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p> <p>Atividade 3: Inovação: caso Natura; entrega em 25/4 (vale presença para 11/4)</p>
<p>25/04/2024</p> <p>Aula 6</p>	<p>Prova Bimestral</p> <p>7. Conceito de marca. Valor de marca: financeiro e baseado no cliente. O conceito de brand equity. Brand equity baseado no cliente.</p> <p>Explicação sobre a Atividade 4 a ser realizada no segundo bimestre.</p>	<p>Aplicação da Prova 1, individual, escrita (70%)</p> <p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p> <p>Atividade 4, em equipe: Produtos de marca própria (Adaptada de Churchill e Peter, 2000, p. 258). Entrega em 23/5 (vale presença para 02/5, 09/5 e 16/5)</p>
<p>02/05/2024</p> <p>Aula 7</p>	<p>Devolutiva das provas e dos trabalhos</p>	<p>Entrega das provas e trabalhos para conferência por parte do aluno.</p>
<p>09/05/2024</p> <p>Aula 8</p>	<p>8. Posicionamento de marca. Elementos de marca: construção de identidade. Embalagem e rotulagem.</p>	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p> <p>Continuação Atividade 4, em equipe: Produtos de marca própria Entrega em 23/5 (vale presença para 02/5, 09/5 e 16/5)</p>
<p>16/05/2024</p> <p>Aula 9</p>	<p>9. Arquitetura de marca: hierarquia e organização do portfólio de marcas. Extensão de marca: estratégias e técnicas.</p> <p>Orientação sobre a Atividade 4 a ser realizada no segundo bimestre.</p>	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p> <p>Continuação Atividade 4, em equipe: Produtos de marca própria Entrega em 23/5 (vale presença para 02/5, 09/5 e 16/5)</p>
<p>23/05/2024</p> <p>Aula 10</p>	<p>Apresentação dos trabalhos em equipe (Atividade 4)</p>	<p>Apresentação da Atividade 4</p> <p>Atividade 4, em equipe: Produtos de marca própria Entrega em 23/5 (vale presença para 02/5, 09/5 e 16/5)</p> <p>(apresentar vale presença para 23/05)</p>

<p>30/05/2024</p> <p>Aula 11</p>	<p>Melhores práticas e posicionamento estratégico</p> <p>Orientação sobre a Atividade 5 a ser realizada no segundo bimestre.</p>	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p> <p>Elaboração dos estudos da Atividade 5: casos de marcas (em equipe).</p> <p>Atividade 5, em equipe: Melhores práticas; casos de marcas (orientação)</p> <p>(Adaptada de Wheeler, 2019, p. 210-308)</p> <p>Entrega em 13/06 (vale presença para 30/5 e 06/6)</p>
<p>06/06/2024</p> <p>Aula 12</p>	<p>Melhores práticas e posicionamento estratégico</p> <p>Orientação sobre a Atividade 5 a ser realizada no segundo bimestre.</p>	<p>Elaboração dos estudos da Atividade 5: casos de marcas (em equipe).</p> <p>Atividade 5, em equipe: Melhores práticas; casos de marcas (orientação)</p> <p>(Adaptada de Wheeler, 2019, p. 210-308)</p> <p>Entrega em 13/06 (vale presença para 30/5 e 06/6)</p>
<p>13/06/2024</p> <p>Aula 13</p>	<p>Apresentação dos trabalhos em equipe (Atividade 5)</p>	<p>Apresentação da Atividade 5</p> <p>Atividade 5, em equipe: Melhores práticas; casos de marcas (apresentar) Entrega em 13/06 (vale presença para 30/5 e 06/6)</p> <p>(apresentar vale presença para 13/06)</p>
<p>20/06/2024</p> <p>Aula 14</p>	<p>Estudos e revisão para prova</p>	
<p>27/06/2024</p> <p>Aula 15</p>	<p>Prova Bimestral</p> <p>Avaliação do compromisso</p>	<p>Aplicação da prova 2, individual, escrita (60%)</p>
<p>11/07/2025</p>	<p>Exame Final</p>	<p>Exames Finais: 07 a 12/07/2025</p>

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A avaliação depende da nota e da frequência do aluno.

Provas Bimestrais (uma em cada bimestre) e Atividades Orientadas (individuais e em equipe). As Atividades Orientadas são utilizadas também para controle de frequência.

A média semestral do aluno resultará do somatório das notas das provas e das atividades (individuais e em equipe). Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado. Se estiver entre 40 e 69, o aluno deverá fazer o Exame Final. Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o aluno estará reprovado.

A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h). A nota semestral da disciplina será composta da seguinte maneira:

TIPO DE AVALIAÇÃO	FORMA DE AVALIAÇÃO	FORMA DE ENTREGA	DATA DE ENTREGA	FREQUÊNCIA	PESO NA NOTA	PONTOS NA NOTA
Atividade individual	Meu compromisso	Impresso, em sala de aula	21/03/25	1 presença em 14/03	NA	NA
Atividade 1 individual	Meu diário de consumidor	Impresso, em sala de aula	28/03/25	1 presença em 21/03	10%	100
Atividade 2 em equipe	Linha de produtos	Impresso, em sala de aula	11/04/25	1 presença em 28/03 e 1 em 04/04	10%	100
Atividade extra individual	Ciclo de Vida	Impresso, em sala de aula	04/04/25	NA	extra	10
Atividade 3 em equipe	Inovação: caso Natura	Impresso, em sala de aula; apresentar	25/04/25	1 presença em 11/04	10%	100
Prova 1 (individual)	Formulário; questões abertas e objetivas	Prova escrita, em sala de aula	25/04/25	1 presença em 25/04	70%	100
Atividade 4 em equipe	Produtos de marca própria	Impresso; apresentar em sala; vale a presença de 23/05	23/05/25	1 presença em 02/05, em 09/05 e em 16/05	20%	100
Atividade 5 em equipe	Melhores práticas; casos de marcas	Impresso; apresentar em sala; apresentar vale a presença de 13/06	13/06/25	1 presença em 30/05 e 1 em 06/06	20%	100
Prova 2 (individual)	Formulário; questões abertas e objetivas	Prova escrita, em sala de aula	27/06/25	1 presença em 27/06	60%	100

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

- BOONE, L. E., KURTZ, D. L. **Marketing contemporâneo**. São Paulo: Cengage Learning, 2009.
- CHURCHIL, G. A.; PETER, J. P. **Marketing: criando valor para os clientes**. São Paulo: Saraiva, 2000.
- GOBE, A. C. et al. **Gerência de produtos**. Editora Saraiva, 2012.
- KELLER, K. L.; MACHADO, M. **Gestão estratégica de marcas**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
- KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
- ROCHA, Marcos Donizete, A.; OLIVEIRA, Sérgio Luís Ignacio de. **Gestão estratégica de marcas** (Coleção Marketing em Tempos Modernos). Disponível em: Minha Biblioteca, Editora Saraiva, 2017.
- WHEELER, A. **Design de identidade da marca: guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas**. 5.ed. Grupo A, 2019.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

- AAKER, D. A. **Construindo marcas fortes**. Porto Alegre: Bookman, 2007
- AAKER, D. A.; JOACHIMSTHALER, E. **Como construir marcas líderes**. Porto Alegre: Bookman, 2007
- BARBOSA FILHO, A. N. **Projeto e desenvolvimento de produtos**. Atlas, 2009.
- BAXTER, M. **Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos**. São Paulo: Blucher, 2011.
- CARVALHO, H. G. de; REIS, D. R. do; CAVALCANTE, M. B. **Gestão da inovação**. Curitiba: Aymará, 2011. 136 p.
- CRAWFORD, M.; DI BENEDETTO, A. **Gestão de novos produtos**. 11.ed. Grupo A, 2016.
- GEHLEN, R. Z. C. et al. **Desenvolvimento de produtos**. Porto Alegre: SAGAH, 2018.
- KAPFERER, J-N. **As marcas, capital da empresa**. Porto Alegre: Bookman, 2003.
- LAS CASAS, A. L. **Marketing: conceitos, exercícios, casos**. 8.ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- MACHADO, M. C., TOLEDO, N. N. **Gestão do processo de desenvolvimento de produtos**. Atlas, 2008.
- MATTAR, F. N. **Gestão de produtos, serviços, marcas e mercados**. Atlas, 2009.
- MELO, B. et al. **Gestão de marcas**. Grupo A, 2018.
- TROTT, P. J. **Gestão da inovação e desenvolvimento de novos produtos**. 4.ed. Grupo A, 2012.



Documento assinado eletronicamente por **DENISE MARIA WORANOVICZ CARVALHO**, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR, em 23/12/2024, às 11:23, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7390560** e o código CRC **FE2FC434**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
 UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
 SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Coordenação do Curso de ou Departamento de
 Administração (DAGA)

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Produtos e Marcas N1						Código: SAOB27	
Natureza: <input checked="" type="checkbox"/> Obrigatória <input type="checkbox"/> Optativa		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral Modular <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/>					
Pré-requisito: nenhum		Co-requisito: nenhum		Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Totalmente Presencial <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Totalmente EAD <input type="checkbox"/> Parcialmente EAD: _____ *CH			
CH Total: 60h							
CH Semanal: 4h							
Prática como Componente Curricular (PCC):	Padrão (PD): 45h	Laboratório (LB): 00	Campo (CP): 00	Estágio (ES): 00	Orientada (OR): 15h	Prática Específica (PE): 00	Estágio de Formação Pedagógica (EFP): 00
Atividade Curricular de Extensão (ACE):							

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Conceito de produto. Tipologias de produto. Ciclo de vida do produto. Inovação de produtos. Pesquisa de produto. Desenvolvimento de produto. Análise de viabilidade do produto. Lançamento de produto. Estratégias de portfólio de produto. Conceito de marca. Valor de marca. Posicionamento de marca. Elementos de marca. Arquitetura de marca. Extensão de marca.

PROGRAMA

1. **Conceito de produto.** Introdução. Diferença entre produtos e serviços. Níveis de produto. Dimensões do produto.
2. **Tipologias de produto.** Classificações de produto. Tipos de produtos consumidores e empresariais. **Estratégias de portfólio de produto.** O mix de produtos. Amplitude, extensão, profundidade. Decisões de mix de produto.
4. **Ciclo de vida do produto.** O desenvolvimento de linhas de produtos. Decisões de produtos. **Inovação de produtos.** A importância da inovação. O estudo da inovação. Modelos de inovação. A inovação como processo de gestão. A empresa inovadora. Criatividade.
5. **Pesquisa de produto:** consumidores e concorrência. Pesquisa de mercado. Teste de novos produtos. **Desenvolvimento de produto:** etapas do processo, técnicas e ferramentas. Planejamento de um novo produto. Estratégia de desenvolvimento de produtos. O processo de desenvolvimento de novos produtos. **Comportamento do consumidor.**
6. **Análise de viabilidade do produto:** técnica, jurídica, econômica e ambiental. **Lançamento de produto.** Atividades e processos de lançamento.
7. **Conceito de marca.** Marcas e gestão de marca. **Valor de marca:** financeiro e baseado no cliente. O conceito de *brand equity*. *Brand equity* baseado no cliente.
8. **Posicionamento de marca.** Estabelecimento, diretrizes e determinação de valores de marca. **Elementos de marca:** construção de identidade. Critérios e estratégias na escolha de elementos de marca. Embalagem e rotulagem.
9. **Arquitetura de marca:** hierarquia e organização do portfólio de marcas. **Extensão de marca:** estratégias e técnicas. Vantagens, desvantagens e oportunidades de extensão de marca.

OBJETIVO GERAL

Transmitir aos estudantes os conceitos básicos de produtos e marcas, destacando a importância da ação voltada para o mercado como elemento essencial da estratégia da empresa, visando à reflexão, análise e discussão para desenvolver e avaliar estratégias de produtos e de marcas.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Desenvolver uma percepção prática da utilização de produtos e marcas no dia a dia;
Diferenciar produtos e serviços;
Perceber os produtos utilizados no dia a dia e suas categorias;
Conhecer a dinâmica do ciclo de vida dos produtos;
Analisar o mix de produtos de uma empresa real suas linhas de produtos;
Perceber produtos novos que podem ser lançados no mercado;
Entender a diferença entre linha de produtos com marca de rótulo próprio e linha de produtos de marca de fabricante;
Compreender a importância da criação e revitalização da marca;
Reconhecer a importância da embalagem, da rotulagem e da garantia na criação de valor para o consumidor;
Realizar leituras e apresentações de estudos de caso de marcas;
Aprender o desenvolvimento dos quatro pilares da marca;
Analisar o posicionamento da marca;
Desenvolver competências humanas: de comunicação, liderança, cooperação, adaptação, ética e respeito, de comunicação profissional e interpessoal, de liderança de indivíduos e equipes de trabalho;
Desenvolver competências analítico-decisórias: de autoconhecimento, autoavaliação e aprimoramento constante de conhecimentos, habilidades e competências, de autonomia de aprendizagem, decisão e ação.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina será composta de aulas expositivas presenciais (com slides disponibilizados antecipadamente) e de atividades presenciais (45 horas) e atividades orientadas (15 horas). As atividades orientadas (individuais e em equipe) serão disponibilizadas na sala de aula virtual (Plataforma Teams) e deverão ser entregues de forma impressa (ou manual), em sala de aula presencial, e serão compostas de temas referentes a estratégias de produtos e de marcas.

Em cada aula haverá explicação da atividade a ser entregue e da forma de avaliação da referida atividade (será disponibilizada a rubrica de avaliação de cada atividade).

A comunicação será feita via Plataforma Teams e e-mail institucional. Dentre as atividades propostas durante a disciplina estão o uso de livros, artigos, vídeos e material promocional, casos, atividades dialogadas e avaliação e desenvolvimento de estratégias de produtos e de marcas, além de palestras proferidas por ministrantes qualificados no mercado.

Cronograma / Datas de provas / Atividades / Exame

Dia	Assunto	Obs
-----	---------	-----

<p>12/03/2024</p> <p>Aula 1</p>	<p>Dinâmica das expectativas. O que os alunos esperam da disciplina.</p> <p>Visão geral da disciplina.</p> <p>Apresentação do plano de ensino.</p> <p>1. Conceito de produto. Introdução. Diferença entre produtos e serviços. Níveis de produto.</p>	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p> <p>Atividade individual: Meu compromisso</p> <p>A partir da dinâmica das expectativas, meu compromisso com a disciplina.</p> <p>Entrega em 19/03 (vale presença para 12/03)</p>
<p>19/03/2024</p> <p>Aula 2</p>	<p>2. Tipologias de produto. Dimensões do produto. Tipos de produtos consumidores e empresariais.</p>	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p> <p>Atividade 1, Individual: Meu diário de consumidor</p> <p>Entrega em 26/3 (vale presença para 19/3)</p>
<p>26/03/2024</p> <p>Aula 3</p>	<p>3. Estratégias de portfólio de produtos. O desenvolvimento de linhas de produtos. Decisões de produtos.</p> <p>Palestra.</p>	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p> <p>Divisão das equipes para os trabalhos em equipe no semestre.</p> <p>Atividade 2, em equipe: Linha de produtos</p> <p>(Adaptada de Boone e Kurtz, 2009, p. 405).</p> <p>Entrega em 09/4 (vale presença para 26/3 e 02/4)</p>
<p>02/04/2024</p> <p>Aula 4</p>	<p>4. Ciclo de vida do produto. Pesquisa de produto: consumidores e concorrência. Desenvolvimento de produto: etapas do processo, técnicas e ferramentas. Serviços.</p>	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p> <p>Observação: Atividade ponto extra: Ciclo de Vida (em sala).</p> <p>Palestra.</p>
<p>09/04/2024</p> <p>Aula 5</p>	<p>5. Inovação de produtos. A importância da inovação. O estudo da inovação. Modelos de inovação. A inovação como processo de gestão. A empresa inovadora. Criatividade.</p>	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p> <p>Atividade 3: Inovação: caso Natura; entrega em 16/4 (vale presença para 09/4)</p>
<p>16/04/2024</p> <p>Aula 6</p>	<p>Prova Bimestral</p>	<p>Aplicação da Prova 1, individual, escrita (70%)</p>

<p>23/04/2024</p> <p>Aula 7</p>	<p>Devolutiva das provas e dos trabalhos</p> <p>7. Conceito de marca. Valor de marca: financeiro e baseado no cliente. O conceito de brand equity. Brand equity baseado no cliente.</p> <p>Explicação sobre a Atividade 4 a ser realizada no segundo bimestre.</p>	<p>Entrega das provas e trabalhos para conferência por parte do aluno.</p> <p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p> <p>Atividade 4, em equipe: Produtos de marca própria (Adaptada de Churchill e Peter, 2000, p. 258). Entrega em 14/5 (vale presença para 23/4, 30/4 e 07/5)</p>
<p>30/04/2024</p> <p>Aula 8</p>	<p>8. Posicionamento de marca. Elementos de marca: construção de identidade. Embalagem e rotulagem.</p>	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p> <p>Continuação Atividade 4, em equipe: Produtos de marca própria Entrega em 14/5 (vale presença para 23/4, 30/4 e 07/5)</p>
<p>07/05/2024</p> <p>Aula 9</p>	<p>9. Arquitetura de marca: hierarquia e organização do portfólio de marcas. Extensão de marca: estratégias e técnicas.</p> <p>Orientação sobre a Atividade 4 a ser realizada no segundo bimestre.</p>	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p> <p>Continuação Atividade 4, em equipe: Produtos de marca própria Entrega em 14/5 (vale presença para 23/4, 30/4 e 07/5)</p>
<p>14/05/2024</p> <p>Aula 10</p>	<p>Apresentação dos trabalhos em equipe (Atividade 4)</p>	<p>Apresentação da Atividade 4</p> <p>Atividade 4, em equipe: Produtos de marca própria Entrega em 14/5 (vale presença para 23/4, 30/4 e 07/5)</p> <p>(apresentar vale presença para 14/5)</p>
<p>21/05/2024</p> <p>Aula 11</p>	<p>Melhores práticas e posicionamento estratégico</p> <p>Orientação sobre a Atividade 5 a ser realizada no segundo bimestre.</p>	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p> <p>Elaboração dos estudos da Atividade 5: casos de marcas (em equipe).</p> <p>Atividade 5, em equipe: Melhores práticas casos de marcas (orientação)</p> <p>(Adaptada de Wheeler, 2019, p. 210-308)</p> <p>Entrega em 04/06 (vale presença para 21/5 e 28/5)</p>

28/05/2024 Aula 12	Melhores práticas e posicionamento estratégico Orientação sobre a Atividade 5 a ser realizada no segundo bimestre.	Elaboração dos estudos da Atividade 5: casos de marcas (em equipe). Atividade 5, em equipe: Melhores práticas: casos de marcas (orientação) (Adaptada de Wheeler, 2019, p. 210-308) Entrega em 04/06 (vale presença para 21/5 e 28/5)
04/06/2024 Aula 13	Apresentação dos trabalhos em equipe (Atividade 5)	Apresentação da Atividade 5 Atividade 5, em equipe: Melhores práticas: casos de marcas Entrega em 04/06 (vale presença para 21/5 e 28/5) (apresentar vale presença para 04/6)
11/06/2024 Aula 14	Estudos e revisão para prova	
18/06/2024 Aula 15	Prova Bimestral Avaliação do compromisso	Aplicação da prova 2, individual, escrita (60%)
09/07/2025	Exame Final	Exames Finais: 07 a 12/07/2025

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A avaliação depende da nota e da frequência do aluno.

Provas Bimestrais (uma em cada bimestre) e Atividades Orientadas (individuais e em equipe). As Atividades Orientadas são utilizadas também para controle de frequência.

A média semestral do aluno resultará do somatório das notas das provas e das atividades (individuais e em equipe). Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado. Se estiver entre 40 e 69, o aluno deverá fazer o Exame Final. Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o aluno estará reprovado.

A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h). A nota semestral da disciplina será composta da seguinte maneira:

TIPO DE AVALIAÇÃO	FORMA DE AVALIAÇÃO	FORMA DE ENTREGA	DATA DE ENTREGA	FREQUÊNCIA	PESO NA NOTA	PONTOS NA NOTA
Atividade individual	Meu compromisso	Impresso, em sala de aula	19/03/25	1 presença em 12/03	NA	NA
Atividade 1 individual	Meu diário de consumidor	Impresso, em sala de aula	26/03/25	1 presença em 19/03	10%	100
Atividade 2 em equipe	Linha de produtos	Impresso, em sala de aula	09/04/25	1 presença em 26/03 e 1 em 02/04	10%	100
Atividade extra individual	Ciclo de Vida	Impresso, em sala de aula	02/04/25	NA	extra	10
Atividade 3 em equipe	Inovação: caso Natura	Impresso, em sala de aula; apresentar	16/04/25	1 presença em 09/04	10%	100
Prova 1 (individual)	Formulário; questões abertas e objetivas	Prova escrita, em sala de aula	16/04/25	1 presença em 16/04	70%	100
Atividade 4 em equipe	Produtos de marca própria	Impresso; apresentar em sala; vale a presença de 14/05	14/05/25	1 presença em 23/04, em 30/04 e em 07/05	20%	100
Atividade 5 em equipe	Melhores práticas; casos de marcas	Impresso; apresentar em sala; apresentar vale a presença de 04/06	04/06/25	1 presença em 21/05 e 1 em 28/05	20%	100
Prova 2 (individual)	Formulário; questões abertas e objetivas	Prova escrita, em sala de aula	18/06/25	1 presença em 18/06	60%	100

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

- BOONE, L. E., KURTZ, D. L. **Marketing contemporâneo**. São Paulo: Cengage Learning, 2009.
- CHURCHIL, G. A.; PETER, J. P. **Marketing: criando valor para os clientes**. São Paulo: Saraiva, 2000.
- GOBE, A. C. et al. **Gerência de produtos**. Editora Saraiva, 2012.
- KELLER, K. L.; MACHADO, M. **Gestão estratégica de marcas**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
- KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
- ROCHA, Marcos Donizete, A.; OLIVEIRA, Sérgio Luís Ignacio de. **Gestão estratégica de marcas** (Coleção Marketing em Tempos Modernos). Disponível em: Minha Biblioteca, Editora Saraiva, 2017.
- WHEELER, A. **Design de identidade da marca: guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas**. 5.ed. Grupo A, 2019.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

- AAKER, D. A. **Construindo marcas fortes**. Porto Alegre: Bookman, 2007
- AAKER, D. A.; JOACHIMSTHALER, E. **Como construir marcas líderes**. Porto Alegre: Bookman, 2007
- BARBOSA FILHO, A. N. **Projeto e desenvolvimento de produtos**. Atlas, 2009.
- BAXTER, M. **Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos**. São Paulo: Blucher, 2011.
- CARVALHO, H. G. de; REIS, D. R. do; CAVALCANTE, M. B. **Gestão da inovação**. Curitiba: Aymar, 2011. 136 p.
- CRAWFORD, M.; DI BENEDETTO, A. **Gestão de novos produtos**. 11.ed. Grupo A, 2016.
- GEHLEN, R. Z. C. et al. **Desenvolvimento de produtos**. Porto Alegre: SAGAH, 2018.
- KAPFERER, J-N. **As marcas, capital da empresa**. Porto Alegre: Bookman, 2003.
- LAS CASAS, A. L. **Marketing: conceitos, exercícios, casos**. 8.ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- MACHADO, M. C., TOLEDO, N. N. **Gestão do processo de desenvolvimento de produtos**. Atlas, 2008.
- MATTAR, F. N. **Gestão de produtos, serviços, marcas e mercados**. Atlas, 2009.
- MELO, B. et al. **Gestão de marcas**. Grupo A, 2018.
- TROTT, P. J. **Gestão da inovação e desenvolvimento de novos produtos**. 4.ed. Grupo A, 2012.



Documento assinado eletronicamente por **DENISE MARIA WORANOVICZ CARVALHO**, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR, em 23/12/2024, às 11:23, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7390673** e o código CRC **7AF27F7E**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
 UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
 SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Coordenação do Curso de ou Departamento de
 Administração Geral Aplicada

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Mercado de Capitais EAD (Matutino Sábado e Vespertino Sexta-feira) 8 Turmas						Código: SAOP37EAD	
Natureza: <input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Optativa		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral Modular <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/>					
Pré-requisito: N/A		Co-requisito: N/A		Modalidade: <input type="checkbox"/> Totalmente Presencial <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Totalmente EAD <input type="checkbox"/> Parcialmente EAD: CH em 80% *			
CH Total: 60 CH Semanal: 04 Prática como Componente Curricular (PCC): 0 Atividade Curricular de Extensão (ACE):0	Padrão (PD): 60	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):0

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Introdução ao Sistema Financeiro Nacional e ao Mercado de Capitais. Títulos do Mercado de Capitais – tipos, conceitos e diferenciação. Mercados Organizados e de balcão. Métodos de análise de investimentos em ações – análise técnica e fundamentalista.

PROGRAMA

1. Sistema Financeiro Nacional
 - 1.1 Estrutura
 - 1.2 Sistema normativo
 - 1.3 Sistema de intermediação
 - 1.4 Mercado de capitais
2. Títulos do Mercado de Capitais
 - 2.1 Conceitos
 - 2.2 Tipos
 - 2.2 Características
3. Mercados Organizados de Ações
 - 3.1 As Bolsas
 - 3.2 Tipos de Ordens
 - 3.3 Modalidades Operacionais
4. Mercados Derivativos e a BM&F
 - 4.1 Conceito de derivativos
 - 4.2 Mercado de Opções
 - 4.3 Mercado de Futuros
5. Análise de investimento em Ações
 - 5.1 Análise Técnica
 - 5.2 Análise Fundamentalista
6. Principais Mercados Financeiros Internacionais

OBJETIVO GERAL

Proporcionar noções gerais e específicas do Mercado Financeiro e de Capitais, bem como sua estrutura e funcionamento no contexto empresarial, de forma que o corpo discente possa desenvolver habilidades básicas no reconhecimento e emprego dos respectivos instrumentos destes mercados. Adicionalmente, proporcionar uma introdução ao mercado de trabalho e oportunidades na Área

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Apresentar:

- Os princípios do funcionamento do mercado financeiro e de capitais, contemplando a relação com o sistema financeiro nacional;
 - Os conceitos de intermediação financeira;
- Os instrumentos de captação de recursos financeiros • Análise de investimento em ações;
 - Uma visão geral das carreiras na área e certificações profissionais

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

a. Sistema de Comunicação:

O sistema de comunicação diz respeito a maneira como será feita a comunicação entre professor e alunos e dentre alunos. No âmbito desta disciplina o principal canal de comunicação será o MOODLE (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment) que será utilizado como Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) ou UFPR Virtual. O MOODLE consiste em um software livre para gestão da aprendizagem e de trabalho colaborativo, permitindo a realização de atividades a distância. De forma alternativa, poderá também ser utilizado o Teams. Para essa disciplina o MOODLE permitirá ao estudante a leitura de textos, realização de atividades e acesso a materiais multimídia. A programação desse ambiente virtual permite que cada tipo de usuário possa acessar de forma independente o ambiente e os conteúdos, incluindo textos, links externos, imagens, sons, vídeos. Os usuários cadastrados na plataforma virtual de aprendizagem serão: professor- tutor e estudantes. Por meio do Ambiente Virtual de Aprendizagem, cada estudante receberá retorno sobre o seu desempenho, bem como orientações e trocas de informações complementares, relativas aos conteúdos abordados e atividades a serem desenvolvidas.

Os recursos do MOODLE serão utilizados pelo professor-tutor para disponibilizar informações sobre o curso, abrigar funções de apoio ao estudo, proporcionar acesso ao correio eletrônico, fóruns e “chats”, além de proporcionar trabalhos ativos entre os alunos.

Os principais recursos da plataforma MOODLE, no nível das turmas de alunos são:

- Editais com notícias editadas pelo professor;
- Conteúdos de apoio das disciplinas em arquivos de diferentes formatos: texto, documentos Microsoft office, tais como planilha eletrônica, slides, pdf, indicações de link etc.;
- Fórum temático para conversação assíncrona com o professor e colegas de turma; em estrutura encadeada, permitindo respostas a anotações feitas, assim como respostas de respostas, até vários níveis;
 - Aula Interativa (ou chat), para conversação on-line ou síncrona;
 - Suporte Técnico, para envio de dúvidas ou de problemas técnicos;
 - Correio interno, para remessa e recebimento de mensagens, para alunos e professor;
 - Indicadores, para acompanhamento dos acessos a recursos por parte dos usuários de uma turma;
 - Testes avaliativos e de auto avaliação, para que os alunos acompanhem seu processo de aprendizagem. Além do MOODLE a disciplina poderá ter páginas de apoio em redes sociais, de acordo com as necessidades e perfil de cada turma.

b. Material didático específico:

Os materiais didáticos serão utilizados pelo aluno para a consecução dos objetivos da disciplina.

Tais materiais serão diversificados e terão origem de distintas fontes, a saber:

1. Roteiro de estudo : em cada unidade didática será fornecido roteiro de estudo.
2. Videoaulas: serão produzidas pelo professor a fim de proporcionar um panorama geral acerca de cada tema estudado.
3. Disponibilização de Links externos: de vídeos ou de reportagens relacionadas com o tema de cada aula.
4. Artigos acadêmicos.
5. Livros da bibliografia básica e complementar: que poderão ser acessados gratuitamente no Site da Comissão de Valores Mobiliários (programa educacional da CVM) ou na biblioteca da Universidade

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A avaliação dos alunos será composta por atividades à distância e prova presencial:

Distância (50% da nota): atividade de resolução de questões sobre o conteúdo da aula e/ou execução de atividades relacionadas ao tema como por exemplo: mapas mentais, position paper. A cada aula os alunos terão questões abertas e/ou objetivas para serem resolvidas ou atividades a serem executadas sobre o tema. O objetivo é avaliar o conhecimento dos alunos sobre o conteúdo e dar apoio àqueles que se encontrarem em dificuldades para compreensão e/ou de proporcionar o desenvolvimento do aprendizado por meio da atividade. A nota será proporcional ao número de acertos das questões ou pela avaliação da qualidade das atividades entregues mediante a existência de requisitos claramente estabelecidos, e:

Presencial: provas escritas (50% da nota): Os alunos realizarão provas escritas contendo questões abertas e/ou objetivas sobre os conteúdos. A nota será proporcional ao número de acertos das questões.

Se houver atraso de entrega de atividade, haverá desconto de pontos da atividade, conforme segue: Até 4 dias de atraso: máximo de 90 pontos de 100.

De 5 a 8 dias de atraso: máximo de 80 pontos de 100.

Mais de 8 dias de atraso até 15 dias: máximo de 70 pontos de 100.

Mais de 15 dias de atraso (até no máximo a data da Prova): máximo de 50 pontos de 100.

A média semestral do aluno será a (média dos trabalhos + média das notas das provas)/2 (divididas por dois). Se a nota for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado. Se estiver entre 40 e 69 o aluno deverá fazer o Exame Final, se for inferior a 40 o aluno estará reprovado, mesmo após a realização do exame final.

A aprovação é condicionada também a uma frequência igual ou superior a 75%.

Identificação do controle de frequência das atividades:

Na modalidade EAD o controle de frequência é aferido pela resolução das atividades indicadas pelo professor. Assim, cada aula à distância contará com atividades específicas a serem desenvolvidas pelos alunos, e conseqüentemente, cada atividade terá uma carga horária de frequência. Vale ressaltar que apenas o ACESSO a plataforma não será contabilizado como frequência. Também haverá controle de frequência nos momentos presenciais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS. Mercado de valores mobiliários brasileiro. 4ª ed. Rio de Janeiro: Comissão de Valores Mobiliários, 2019. Disponível em: link.

COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS. Mercado de Derivativos no Brasil: Conceitos, Produtos e Operações.

1ª ed. Rio de Janeiro: Comissão de Valores Mobiliários, 2015. Disponível em: link

COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS/ Associação de Analistas e Profissionais de Investimentos no Mercado de Capitais - APIMEC. Análise de Investimentos: histórico, principais ferramentas e mudanças conceituais para o futuro. 1ª ed. Rio de Janeiro: Comissão de Valores Mobiliários, 2017. Disponível em: link

LEMES Jr, J. L. CHEROBIM, A. P. M. S., RIGO, C.M. Administração Financeira: Princípios, fundamentos e práticas brasileiras. Rio de Janeiro: Campus. 4ª ed, 2016.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS. Planejamento financeiro pessoal: Comissão de Valores Mobiliários. 1ª ed. 2019. Disponível em: link

Comparação de Estratégias de Investimento Utilizando Métricas Ajustadas ao Risco: Um Estudo Baseado no Mercado Brasileiro. M Tardelli, RG Andrich, WV Silva, CM Murasse - Revista de Administração da Unimep, 2012. Disponível em:
<https://www.redalyc.org/pdf/2737/273723618005.pdf>

APLICAÇÃO DA MÉTRICA VALUE AT RISK A ÍNDICES DE BOLSAS DE VALORES DE PAÍSES LATINOAMERICANOS: UM ESTUDO UTILIZANDO OS MODELOS DE PREVISÃO DE VOLATILIDADE EWMA, EQMA E GARCH. WV Silva, M Tardelli, DD Rocha, M Maia. Perspectiva 34 (126), 19-32. Disponível em:
http://www.uricer.edu.br/site/pdfs/perspectiva/126_94.pdf

BERNSTEIN, Peter L. Desafio aos deuses: a fascinante história do risco. Rio de Janeiro: Campus. 1997.

LEITÃO, Mirian. Saga brasileira: A longa luta de um povo por sua moeda. Record 2011.

YUNUS, M. Um mundo sem pobreza. São Paulo: Atica, 2008.

CHEROBIM, A. P. M. S. ESPEJO, M. M. Bortolucci. Finanças Pessoais: conhecer para enriquecer. São Paulo: Atlas. 1ª ed, 2010.



Documento assinado eletronicamente por **MARCELO TARDELLI, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 26/12/2024, às 20:06, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7394877** e o código CRC **2C9C58E5**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
 UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
 SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Coordenação do Curso de ou Departamento de
 Administração Geral e Aplicada

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Economia Aplicada à Administração				Código: SA0B09			
Natureza: <input checked="" type="checkbox"/> Obrigatória <input type="checkbox"/> Optativa		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral Modular		<input type="checkbox"/> Anual		<input type="checkbox"/>	
Pré-requisito: nenhum		Co-requisito: nenhum		Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Totalmente Presencial <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Totalmente EAD <input type="checkbox"/> Parcialmente EAD: _____ *CH			
CH Total: 60h CH Semanal: 4h Prática como Componente Curricular (PCC): 00 Atividade Curricular de Extensão (ACE): 00	Padrão (PD): 45h total/3h semanal	Laboratório (LB): 00	Campo (CP): 00	Estágio (ES): 00	Orientada (OR): 15h total/1h semanal	Prática Específica (PE): 00	Estágio de Formação Pedagógica (EFP): 00

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Aspectos do sistema macro e microeconômico de forma a contextualizar o ambiente decisório das organizações.

PROGRAMA

1. Introdução à Economia
2. Introdução à Microeconomia
3. Demanda, Oferta, Equilíbrio de Mercado e Elasticidades
4. Produção e Custos
5. Estruturas de Mercado
6. Introdução à Macroeconomia
7. Contabilidade Social
8. Determinação da Renda e do Produto Nacional: o mercado de bens e serviços
9. Determinação da Renda e do Produto Nacional: o lado monetário
10. Inflação
11. Setor Externo

OBJETIVO GERAL

Permitir ao aluno compreender os aspectos econômicos que fundamentam as teorias da área de Administração. Nestes aspectos econômicos estão inseridas noções de Microeconomia, Macroeconomia, Economia Brasileira, Economia Internacional e Desenvolvimento Econômico.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Apresentar aos estudantes as principais questões econômicas. Possibilitar o entendimento do funcionamento de uma economia de mercado. Levar o aluno a refletir sobre sua inserção na economia do país. Capacitar o aluno a utilizar os conhecimentos adquiridos nesta disciplina em situações de sua vida profissional.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A metodologia de ensino é composta por aulas expositivas e atividades individuais.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

Provas escritas individuais e sem consulta e exercícios/atividades em sala de aula. Em cada Bimestre a média será composta da seguinte maneira: 90% Prova + 10% Exercícios/atividades. A média final será o resultado da média aritmética simples entre as notas do primeiro e do segundo bimestres.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

- MANKIW, N. G. Introdução à Economia. São Paulo: Cengage, 2019.
- SILVA, C. R. L. da; LUIZ, S. Economia e Mercados: Introdução à Economia. São Paulo: Saraiva, 2017.
- VASCONCELLOS, M. A. S. de; GARCIA, M. E. Fundamentos de Economia. São Paulo: Saraiva, 2023.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

- LEMES JUNIOR, A. B.; CHEROBIM, A. P. M. S.; RIGO, C. M. Fundamentos de Finanças Empresariais. Rio de Janeiro: GEN - Elsevier, 2022.
- O'SULLIVAN, A.; SHEFFRIN, S. M.; NISHIJIMA, M. Introdução à Economia: princípios e ferramentas. São Paulo: Prentice Hall, 2004.
- PINDYCK, R. S.; RUBINFELD, D. Microeconomia. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.
- PINHO, D. B; VASCONCELLOS, M. A. S; TONETO JR, R. (Orgs.). Manual de Economia – Equipe de Professores da USP. São Paulo: Saraiva: 2017.
- ROSSETTI, J. P. Introdução à economia. São Paulo: Atlas, 2016.
- VASCONCELLOS, M. A. S. Economia: Micro e Macro. São Paulo: Atlas, 2015.



Documento assinado eletronicamente por **MELODY DE CAMPOS SOARES PORSSE**, **PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 30/12/2024, às 17:51, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7398838** e o código CRC **A6FD33C1**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
 UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
 SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Coordenação do Curso de ou Departamento de
 Administração Geral e Aplicada

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Laboratório Extensionista V				Código: SA0P29			
Natureza: <input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Optativa		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral Modular		<input type="checkbox"/> Anual		<input type="checkbox"/>	
Pré-requisito: nenhum		Co-requisito: nenhum		Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Totalmente Presencial <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Totalmente EAD <input type="checkbox"/> Parcialmente EAD: _____ *CH			
CH Total: 60h CH Semanal: 4h Prática como Componente Curricular (PCC): 00 Atividade Curricular de Extensão (ACE): 60h	Padrão (PD):	Laboratório (LB):	Campo (CP):	Estágio (ES):	Orientada (OR):	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Problemas públicos. Políticas Públicas. Problemas sociais complexos. Inovação. Atores sociais. Governança.

PROGRAMA

1. Pesquisa de programas, projetos, ações e serviços voltados para a resolução de problemas públicos
2. Leitura de experiências inovadoras ou casos de sucesso em políticas públicas
3. Discussão das principais características de políticas ou experiências inovadoras
4. Investigação de experiências e tendências inovadoras em políticas públicas em nível subnacional (estadual ou municipal)
5. Elaboração de materiais com informações das experiências inovadoras pesquisadas
6. Divulgação de experiências inovadoras pesquisadas
7. Levantamento de problemas públicos próximos da realidade do estudante e discussão de propostas de solução

OBJETIVO GERAL

Permitir ao aluno entrar em contato com os problemas públicos da sua comunidade, propondo uma reflexão sobre os desafios e a necessidade de inovação para melhoria do bem-estar e aumento do impacto das ações.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Conscientizar os estudantes sobre os problemas sociais complexos. Possibilitar o entendimento da importância e dos limites das políticas públicas para o enfrentamento dos problemas públicos. Levar o aluno a refletir sobre sua inserção na comunidade enquanto um ator social. Promover a interação e a aprendizagem coletiva sobre experiências inovadoras em políticas públicas.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A metodologia de ensino é composta por atividades orientadas de pesquisas, leituras e elaboração de materiais para divulgação.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A nota semestral da disciplina será composta pelo somatório das seguintes atividades:

1. ATIVIDADE 1 (40 pontos): Pesquisa, leitura, discussão, atividade avaliativa conceitual e estudo de caso em grupo
2. ATIVIDADE 2 (60 pontos): Pesquisa e elaboração de material de uma experiência inovadora em políticas públicas em nível subnacional (estadual ou municipal)

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

- CAVALCANTE, P. et al. (Orgs.). Inovação no Setor Público: teoria, tendências e casos no Brasil. Brasília: Enap/Ipea, 2017. Disponível em:
https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/2989/1/171002_inovacao_no_setor_publico.pdf.
Acesso em: 01 de mar. 2019.
- SANABIO, M. T.; SANTOS, G. J.; DAVID, M. V. (Orgs.). Administração Pública Contemporânea: política, democracia e gestão. Juiz de Fora: Ed. UFJF, 2013.
- SECCHI, L.; COELHO, F. de S.; PIRES, V.. Políticas Públicas: Conceitos, Casos Práticos, Questões de Concursos. São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2019.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

- BIGNETTI, L. P.. As inovações sociais: uma incursão por ideias, tendências e focos de pesquisa. Ciências Sociais Unisinos, v. 47, n. 1, 2011.
- HOWALDT; J.; SCHWARZ, M. Social Innovation: Concepts, research fields and international trends. Trend Study of the International Monitoring Project (IMO), 2010.
- MATIAS-PEREIRA, J. Curso de Administração Pública: foco nas instituições e ações governamentais. São Paulo: Atlas, 2009.
- MOULAERT, F.; MARTINELLI, F.; GONZÁLES, S.; SWYNGEDOUW, E. Introduction: Social Innovation and Governance in European Cities. European Urban and Regional Studies, 14 (3):195-209, 2007.
- SECCHI, L. Análise de Políticas Públicas: Diagnóstico de problemas, recomendação de soluções. São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2016.



Documento assinado eletronicamente por **MELODY DE CAMPOS SOARES PORSSE**, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR, em 30/12/2024, às 17:53, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7398857** e o código CRC **F896D582**.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO GERAL E APLICADA
DISCIPLINA DE TÓPICOS ESPECIAIS EM ANÁLISE ORGANIZACIONAL
PROFESSOR: Dr. ACYR SELEME

OBJETIVO

Investigar situações de interesse-problemas organizacionais a partir do método da Dinâmica De Sistemas.

CONTEÚDOS

1. Entender a **LINGUAGEM DA DINÂMICA DE SISTEMAS (apostila1)** e
2. Aplicar o **MÉTODO DE DINÂMICA (apostila2)** de sistemas em realidades organizacionais específicas

DINÂMICA

Aulas expositivas para compreensão da Dinâmica de Sistemas com avaliação de casos e uma avaliação individual.

Orientações agendadas para a execução do Trabalho de Campo.

CRITÉRIO DE AVALIAÇÃO

80 % do trabalho final e 20% avaliação coletiva + individual

OBS1: A média semestral do aluno resultará do somatório das atividades descritas. Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado. Se estiver entre 40 e 69 o aluno deverá fazer Exame Final. Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o aluno estará reprovado. A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h).

OBS2: Os discentes têm direito a segunda chamada de atividades avaliativas e provas. A data e forma de realização da segunda chamada deve ser acordada entre docente e discente. Observar que a Resolução 37/97 CEPE/UFPR estipula o prazo regulamentar de de 5 dias úteis após a realização da atividade.

CRONOGRAMA DOS ENCONTROS

DATAS	CONTEÚDOS A SEREM TRATADOS:	APLICANDO O MÉTODO
S1 13/3	APRESENTAÇÃO GERAL DA FORMA E CONTEÚDOS DA DISCIPLINA	
S2 20/3	NIVELAMENTO EM LINGUAGEM SISTÊMICA	EXERCÍCIOS INDIVIDUAIS
S3 27/3	NIVELAMENTO EM LINGUAGEM SISTÊMICA	EXERCÍCIOS COLETIVOS
S4 03/4	NIVELAMENTO EM LINGUAGEM SISTÊMICA	AVALIAÇÃO COLETIVA
S5 10/3	<p>MÉTODO: como enriquecer a narrativa histórica com dados</p> <p>MÉTODO: como retirar variáveis e relações entre variáveis da narrativa histórica do problema</p>	<p>MÉTODO: Levantar 3 possíveis problemas de interesse a serem investigados segundo a abordagem de Dinâmica de Sistemas.</p> <p>MÉTODO: Avaliar os 3 possíveis problemas de interesse a serem investigados segundo a abordagem de dinâmica de sistemas SEGUNDO OS CRITÉRIOS ESSENCIAS.</p>

S6 17/3	Avaliação individual	Linguagem sistêmica
S7 24/4	<p>MÉTODO: Iniciando os passos do METODO SISTÊMICO. Situação de Interesse e Narrativa Histórica</p> <p>MÉTODO: critérios essenciais para elaboração de problema apto à investigação sistêmica</p>	<p>MÉTODO: estruturar a narrativa histórica, identificando seus ingredientes</p> <p>MÉTODO: construir a Narrativa histórica do Problema</p>
S8 08/5	<p>MÉTODO: Cada grupo vai apresentar as três opções da trabalho de campo.</p> <p>MÉTODO: como construir uma narrativa histórica</p>	<p>MÉTODO: construir a Narrativa histórica do Problema. Selecionar as variáveis principais e seus gráficos</p>
S9 15/5	APRESENTAÇÃO INTERMEDIÁRIA	TODOS OS GRUPOS
S10 22/5	G1, G2, G3,G4	Construindo Mapas
S11 29/5	G3, G4	Construindo Mapas
S12 05/6	G1, G2	Construindo Mapas
S13 12/6	G4	Construindo Mapas
S14 26/6	G3	Construindo Mapas
S15 03/7	G2	Construindo Mapas

S18 10/7	TODOS	Apresentação de Agentes, suas variáveis e Modelos Mentais. Possibilidades de gestão ou ação dos Agentes
---------------------	--------------	--

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. SENGE, PETER M. A Quinta Disciplina: arte e prática da organização que aprende. Rio de Janeiro: Bestseller, 2009, edição revisada e ampliada.
2. SENGE, Peter M. A Quinta Disciplina Caderno de Campo. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1996.
3. STERMAN, John D; MORECROFT, John D. W (Org.). Modeling for learning organizations. Portland, OR: Productivity Press, 1994.
4. **STERMAN, John D. Business Dynamics: systems thinking and modeling for a complex world. Boston, MA: Irwin McGraw- Hill, 2000.**
5. ANDERSON, Virginia; JOHNSON, Lauren. Systems Thinking Basics: From Concepts to Casual Loops. Waltham, MA: Pegasus Communications, Inc, 1997.
6. FORRESTER, Jay W. Industrial Dynamics. Waltham, MA: Pegasus communications, 1990 (reprinted).
7. FORRESTER, Jay W. Principles of Systems. Waltham, MA: Pegasus communications, 1990 (reprinted).
8. MAANI, Kambiz E.; CAVANA, Robert Y. Systems Thinking and Modelling: understanding change and complexity. New Zealand: Prentice Hall, 2000.
9. MEADOWS, Donella H. Thinking in Systems: a primer. Abingdon, RN: Sustainability Institute, 2009.
10. MORECROFT, John D. W. Strategic Modelling and Business Dynamics: a feedback systems approach. John Willey & Sons, 2007.
11. RICHARDSON, G.P. Feedback thought in social science and systems theory. University of Pennsylvania Press, Philadelphia, 1991.
12. VAN DER HEIJDEN, KEES. Planejamento por Cenários. Porto Alegre: Bookman, 2009.
13. WOLSTENHOLME, Eric. Using generic system archetypes to support thinking and modeling. System Dynamics Review. 20, 341–356, (2004).



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
 UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
 SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Coordenação do Curso de Administração

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Finanças de Curto Prazo				Código: SAOB12			
Natureza: (x) Obrigatória () Optativa		(x) Semestral Modular		() Anual		()	
Pré-requisito: nenhum		Co-requisito: nenhum		Modalidade: (x) Totalmente Presencial () Totalmente EAD () Parcialmente EAD: _____ *CH			
CH Total: 60h CH Semanal: 4h Prática como Componente Curricular (PCC): 0h Atividade Curricular de Extensão (ACE): 0h	Padrão (PD): 45h total/ 3h semana	Laboratório (LB): 0h	Campo (CP): 0h	Estágio (ES): 0h	Orientada (OR): 15h total/ 1h semana	Prática Específica (PE): 0h	Estágio de Formação Pedagógica (EFP): 0h

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Ferramentas de gestão financeira no curto prazo. Desenvolvimento, implantação e análise de recursos financeiros de curto prazo desde sua captação e controle até sua destinação final.

PROGRAMA

1. Gestão de Resultado: conceitos e classificações de custos, demonstrativos de resultado pelos métodos absorção e direto, análise custo-volume-lucro, alavancagem. 2. Gestão do Capital de Giro: modelo tradicional (prazos médios de atividade, CO, CF, CCL, necessidades permanentes e sazonais de recursos), modelo Fleuriet (CDG, NCG, ST, efeito tesoura). 3. Gestão de Caixa: fluxo de caixa e modelos de administração de caixa (CMO, Baumol, Miller e Orr, Dia da Semana).

OBJETIVO GERAL

Capacitar o aluno do curso de administração a compreender, analisar e propor alternativas que melhorem a saúde econômica e financeira da empresa em diferentes situações relacionadas as finanças de curto prazo.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Diagnosticar situações de dificuldade e folga financeira.

Avaliar diferentes ferramentas que possam ser utilizadas para controlar as finanças de curto prazo em empresas de serviço, comércio e indústria.

Expor os alunos a situações em que devam tomar decisões que promovam melhorias na situação ou controle financeiro das empresas.

Discutir alternativas e ferramentas mais adequadas a cada caso analisado.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina irá se basear, especialmente, na metodologia do PBL (*Problem Based Learning*) para discutir os conceitos previstos a partir de problemáticas reais apresentadas por gestores de empresas com dificuldades em certas questões financeiras e/ou casos fictícios.

45h da disciplina serão teóricas cumpridas com aulas expositivas, exercícios e testes em sala de aula, conforme cronograma abaixo. 15h da disciplina terão carga horária orientada cumprida com leituras, videoaulas e exercícios resolvidos em casa, fora do horário de aula.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

Os alunos serão avaliados em 2 bimestres: no primeiro será tratado o tópico (i) gestão de resultados e no segundo bimestre serão tratados os tópicos (ii) gestão do capital de giro e (iii) gestão de caixa.

A nota de cada bimestre será assim composta: 30%: desenvolvimento das tarefas, projetos e/ou casos; e 70%: avaliação individual. A nota do semestre será a média simples entre as duas notas bimestrais.

Dia	Assunto	Obs
12/03	Apresentação da disciplina, conteúdos a serem abordados, proposta de metodologia e desafios.	Aula Expositiva + Caso + Exercícios
19/03	Gestão de Resultado: como e porque fazer, conceitos básicos.	Aula Expositiva + Caso + Exercícios
26/03	Gestão de Resultado: classificações dos custos .	Aula Expositiva + Caso + Exercícios
02/04	Gestão de Resultado: demonstrativos de resultado pelos diferentes métodos de custeio.	Aula Expositiva + Caso + Exercícios
09/04	Gestão de Resultado: análise custo-volume-lucro.	Aula Expositiva + Caso + Exercícios
16/04	Gestão de Resultado: alavancagem operacional e demais indicadores.	Aula Expositiva + Caso + Exercícios
23/04	PROVA BIMESTRAL 1	Prova
07/05	Gestão do Capital de Giro: como e porque fazer, modelo tradicional (PME, PMR, PMP, CO, CF).	Aula Expositiva + Caso + Exercícios
14/05	Gestão do Capital de Giro: modelo tradicional (CCL, necessidades permanentes e sazonais de recursos).	Aula Expositiva + Caso + Exercícios
21/05	Gestão do Capital de Giro: modelo Fleuriet (classificação das contas cíclicas, erráticas e não-cíclicas, CDG, NCG e ST).	Aula Expositiva + Caso + Exercícios
28/05	Gestão do Capital de Giro: modelo Fleuriet (efeito tesoura, crescimento máximo, autofinanciamento mínimo, recessão econômica).	Aula Expositiva + Caso + Exercícios
04/06	Gestão de Caixa: como e porque fazer, elaboração de um fluxo de caixa .	Aula Expositiva + Caso + Exercícios
11/06	Gestão de Caixa: modelos de administração de caixa (caixa mínimo operacional, Baumol, Miller e Orr e Dia da Semana).	Aula Expositiva + Caso + Exercícios
18/06	Processos da área financeira: ferramentas/ softwares, organização e divisão de tarefas, comunicação entre funcionários do setor.	Aula Expositiva + Caso + Exercícios
25/06	PROVA BIMESTRAL 2	Prova
09/07	EXAME FINAL	Prova

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

GITMAN, L. **Administração Financeira**. 14ª ed. São Paulo: Pearson, 2017.

LEMES JUNIOR, A. B.; CHEROBIM, A. P. M. S.; RIGO, C. M. **Administração financeira: princípios, fundamentos e práticas brasileiras**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2016.

ROSS, S. A.; WESTERFIELD, R. W.; JORDAN, B. D.; LAMB, R. **Fundamentos de Administração Financeira**. 10ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

ASSAF NETO, A.; SILVA, C. A. T. **Administração do Capital de giro**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2012.

BRIGHAN, E.; EHRHARDT, M. **Administração Financeira**. Teoria e Prática. 3ª Ed. São Paulo: Cengage, 2016.

BRUNI, A. L. **Administração de custos, preços e lucros**. 6ª ed. GEN- Atlas, 2018

LEMES JUNIOR, A. B.; CHEROBIM, A. P. M. S.; RIGO, C. M. **Fundamentos de Finanças Empresariais**. 2ª ed. Rio de Janeiro: GEN - Elsevier, 2022.

SECURATO, J. R. **Cálculo financeiro das tesourarias: bancos e empresas / organização José Roberto Securato; coautores Anderson C. D. Silva et al.** São Paulo: Saint Paul, 2015.

JAIME, P.; LUCIO, F. **Sociologia das organizações: Conceitos, relatos e casos**. São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2018.

LOVINSON, A. M.; PETROLL, M. M. **Ética na publicidade e propaganda: a visão do executivo de agências de comunicação do Rio Grande do Sul**.

CADERNOS EBAPE, v. 9, n. 2, artigo 6, Rio de Janeiro, Jun. 2011, p.333–359.

MARCONDES, D. **Textos básicos de ética: de Platão a Foucault**. São Paulo: Zahar, 2007.

NODARI, P. C. A ética aristotélica. **Síntese Nova Fase**, v. 24, n. 78, 1997.

QUEROL, R. Entrevista: Zygmunt Bauman: "As redes sociais são uma armadilha". **Jornal El País**, 08 de janeiro de 2016.

SROUR, R. **Ética empresarial**. São Paulo: Grupo GEN, 2017.

TAILLE, Y.D. L. **Moral e Ética**. Porto Alegre: Grupo A, 2011.

SANDEL, M. J. **Justiça: o que é fazer a coisa certa**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.



Documento assinado eletronicamente por **CAMILA CAMARGO, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 07/01/2025, às 16:26, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7408478** e o código CRC **13F25D55**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
 UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
 SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Coordenação do Curso de Administração

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Matemática Financeira						Código: SAOB21	
Natureza: (x) Obrigatória () Optativa		(x) Semestral Modular () Anual ()					
Pré-requisito: nenhum		Co-requisito: nenhum		Modalidade: (x) Totalmente Presencial () Totalmente EAD () Parcialmente EAD: _____ *CH			
CH Total: 60h							
CH Semanal: 4h							
Prática como Componente Curricular (PCC): 0h	Padrão (PD): 45h total/ 3h semana	Laboratório (LB): 0h	Campo (CP): 0h	Estágio (ES): 0h	Orientada (OR): 15h total/ 1h semana	Prática Específica (PE): 0h	Estágio de Formação Pedagógica (EFP): 0h
Atividade Curricular de Extensão (ACE): 0h							

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Finanças Corporativas, os objetivos e as decisões financeiras. Principais noções de Valor do Dinheiro no Tempo e composição de taxa de juros. Cálculos financeiros de valor presente, valor futuro, taxa de juros, prestações, descontos, série de pagamentos e fluxo de caixa de investimentos.

PROGRAMA

1. Introdução: apresentação da área financeira; princípio do valor do dinheiro no tempo; nomenclatura e símbolos para representar operações financeiras; calculadora financeira; sistemas de capitalização. 2. Capitalização Simples: capital, montante, juro, prazo de operações e desconto. 3. Capitalização Composta: valor presente, valor futuro, taxa de juros, prazo de operações financeiras, operações com tarifas (TAC, IOF, IR). 4. Taxas de Juros: proporcionalidade, equivalência, taxa real, taxa over. 5. Séries de Pagamento: antecipado, postecipado, diferido, perpetuidade. 6. Sistemas de Amortização: Price, SAC, Americano.

OBJETIVO GERAL

Capacitar o aluno do curso de administração a compreender e analisar operações financeiras que utilizem conceitos de matemática financeira.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Proporcionar ao aluno mecanismos para desenvolver seu raciocínio lógico.
Apresentar ferramentas que possam ser utilizadas em diferentes operações financeiras.
Estimular o uso da calculadora financeira e planilha eletrônica.
Apresentar ao aluno situações do cotidiano que se baseiam em cálculos de matemática financeira.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina irá mesclar técnicas de sala de aula invertida (com uso de videoaulas) e aulas expositivas, além de resolução de exercícios, desenvolvimento de casos, testes com questões desafio, uso de calculadora financeira, planilha Excel e reforço de monitoria.

45h da disciplina serão teóricas cumpridas com aulas expositivas, exercícios e testes em sala de aula, conforme cronograma abaixo. 15h da disciplina terão carga horária orientada cumprida com leituras, videoaulas e exercícios resolvidos em casa, fora do horário de aula.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

Os alunos serão avaliados em 4 competências, a saber: (i) juros simples e desconto simples; (ii) juros compostos e operações com tarifas; (iii) taxas de juros; (iv) séries de pagamentos e sistemas de amortização.

A nota do semestre será assim composta:

30%: listas de exercícios e trabalhos desenvolvidos em horário de aula ou extraclasse.

70%: avaliações individuais, divididas em 2 momentos ao longo do semestre.

Dia	Assunto	Obs
14/03	Apresentação da disciplina/ introdução à área de finanças/ princípio do valor do dinheiro no tempo/ sistemas de capitalização.	Aula Expositiva + Exercícios
21/03	Capitalização Simples: capital, montante, juros e prazo de operações.	Aula Expositiva + Exercícios
28/03	Capitalização Simples: desconto racional, desconto comercial e desconto bancário com despesa administrativa.	Aula Expositiva + Exercícios
04/04	Capitalização Composta: valor presente e valor futuro.	Aula Expositiva + Exercícios
11/04	Capitalização Composta: taxa de juros e prazo de operações financeiras.	Aula Expositiva + Exercícios
25/04	Capitalização Composta: operações financeiras com tarifas (TAC, IOF e IR).	Aula Expositiva + Exercícios
02/05	Uso de Calculadora Financeira.	Aula Expositiva + Exercícios
09/05	AVALIAÇÃO INDIVIDUAL 1	Prova
16/05	Taxas de juros: nominais e efetivas/ proporcionalidade e equivalência.	Aula Expositiva + Exercícios
23/05	Taxas de juros: taxa real e taxa over.	Aula Expositiva + Exercícios
30/05	Séries de pagamentos uniformes: antecipadas, postecipadas e diferidas.	Aula Expositiva + Exercícios
06/06	Séries de pagamentos não uniformes. Perpetuidade.	Aula Expositiva + Exercícios
13/06	Sistemas de Amortização: Price, SAC e sistema americano.	Aula Expositiva + Exercícios
20/06	Uso de Tabelas Financeiras e Excel.	Aula Expositiva + Exercícios
27/06	AVALIAÇÃO INDIVIDUAL 2	Prova
11/07	EXAME FINAL	Prova

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

ASSAF NETO, A. **Matemática Financeira**. 14ª Ed. São Paulo: Atlas-GEN, 2019.

BRUNI, A. L.; FAMÁ, R. **Matemática Financeira**. São Paulo: Atlas, 2010.

PUCINI, A. **Matemática Financeira**. Objetiva e Aplicada. 10ª Ed. São Paulo: Saraiva, 2017.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

LEMES JUNIOR, A. B.; CHEROBIM, A. P. M. S.; RIGO, C. M. **Administração financeira**: princípios, fundamentos e práticas brasileiras. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2016.

LEMES JUNIOR, A. B.; CHEROBIM, A. P. M. S.; RIGO, C. M. **Fundamentos de Finanças Empresariais**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2022.

SAMANEZ, C. P. **Matemática Financeira**. São Paulo: Prentice-Hall, 2010.

SANDRINI, J. C.; CHEROBIM, A. P. M. S. **Capitalização de Juros em renegociação de dívidas** : sistemas de amortização. Editora Juruá. 2013.

VIEIRA SOBRINHO, J. D. **Matemática Financeira**. São Paulo: Atlas, 2000.



Documento assinado eletronicamente por **CAMILA CAMARGO, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 07/01/2025, às 16:34, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7408485** e o código CRC **AB6F379E**.

Estatística Aplicada à Administração

MODELO PADRÃO:

Plano de Ensino para o Ano/Semestre Letivo de 2025.1

TURMA N1

1 Dados Gerais

Disciplina: Estatística Aplicada à Administração

Código: SAOB10

Pré-requisito: Não Há

Co-requisito: Não Há

Créditos: NA

CH total: 60h

CH semanal: 4h (3h Padrão + 1h Orientada)

Número de vagas ofertadas: 75 vagas

Docente(s): Prof. Dr. José Roberto Frega

Contato: jose.frega@ufpr.br

Acesso ao Ambiente Virtual de Aprendizagem:

<http://frega.net> — login: ufprsaob1020251n1 — senha em branco

2 EMENTA (Unidade Didática)

O estudo da estatística. Mensuração e escalonamento. Distribuição de frequência. Estatística descritiva. Preparação dos dados de uma base. Apresentação de resultados. Teoria de probabilidade. Teoria da estimação, intervalos de confiança, amostragem e dimensionamento de amostras. Teste de hipótese. Correlação e regressão linear simples. Análise de variância.

3 PROGRAMA (itens de cada unidade didática)

1. O estudo da estatística
2. Mensuração e escalonamento: fundamentos, técnicas de escalonamento, escalas comparativas, escalas não comparativas.
3. Distribuição de frequência
4. Estatística descritiva: medidas de tendência central (média, moda e mediana), medidas de dispersão (variância, desvio-padrão e coeficiente de variação) e medidas de distribuição (assimetria e curtose).
5. Preparação dos dados de uma base: valores ausentes e extremos.
6. Apresentação de resultados: preparação e leitura de tabelas e gráficos, tabulação cruzada.
7. Teoria das probabilidades: variáveis aleatórias e distribuições de probabilidades discretas e contínuas.
8. Teoria da estimação, intervalos de confiança, amostragem e dimensionamento de amostras.
9. Teste de hipótese: proporção, média, variância e testes de aderência chi-Quadrado e de Kolmogorov-Smirnov.
10. Estatística bivariada: correlação e regressão linear simples.
11. Análise de variância: ANOVA.

4 OBJETIVO GERAL

O aluno deverá ser capaz de aplicar os conceitos da estatística a problemas práticos e a fundamentar seus argumentos em princípios racionais.

5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Os objetivos específicos da disciplina são:

- Compreender e aplicar o método estatístico
- Raciocinar de forma quantitativa e positivista
- Interpretar os resultados obtidos na resolução dos modelos
- Discutir as soluções obtidas e sua relevância no contexto prático

Adicionalmente, DE ACORDO COM PPC 2022, objetiva-se desenvolver:

- **COMPETÊNCIAS ANALÍTICO-DECISÓRIAS (CAD):** gestão de recursos, tomada de decisão, conhecimento teórico e prático, reconhecimento de oportunidades e solução de problemas organizacionais e ambientais, realização de diagnóstico e avaliação de impacto, inovação, pensamento lógico e crítico
 - Competência de tomar decisões fundamentadas em conhecimento teórico e prático multi e interdisciplinar (CAD2)
 - Competência de reconhecer e solucionar problemas organizacionais, mercadológicos e sociais (CAD3)
 - Competência de avaliar o impacto socioeconômico e ambiental das ações e decisões (CAD4)
 - Competência de reconhecer e considerar a influência positiva e negativa de diferentes tipos de ambientes e contextos regionais, nacionais e internacionais sobre ações e decisões organizacionais (CAD5)
 - Competência de reconhecer e desenvolver oportunidades de novos negócios, de novos mercados e de inovação de sistemas e processos (CAD6)
 - Competência de analisar lógica e criticamente os contextos, problemas e oportunidades organizacionais, mercadológicos e sociais (CAD8)
- **COMPETÊNCIAS LÓGICO-QUANTITATIVAS (CLQ):** reconhecimento, coleta, análise e utilização de dados e ferramentas tecnológicas de apoio à tomada de decisão gerencial; desenvolvimento e aplicação de modelos e sistemas de avaliação
 - Competência de reconhecer, coletar, analisar e utilizar dados qualitativos e quantitativos na tomada de decisão organizacional (CLQ1)
 - Competência de reconhecer e utilizar tecnologias de coleta e de análise de dados como apoio à tomada de decisão organizacional (CLQ2)
 - Competência no desenvolvimento e utilização de modelos e sistemas de avaliação individual, de grupos, de processos e de resultados organizacionais (CLQ3)

6 METODOLOGIA

A disciplina será desenvolvida mediante aulas expositivas apoiadas em conteúdo teórico disponível nas bibliotecas da UFPR (física e virtual). Para que haja um adequado aproveitamento das aulas expositivas, é fundamental que os alunos façam uma leitura PRÉVIA e OBRIGATÓRIA dos materiais indicados no CRONOGRAMA da disciplina, disponível na Seção 10 deste documento.

As aulas expositivas serão todas presenciais, ministradas no horário padrão do curso de Bacharelado em Administração. Adicionalmente, como consta no PPC do curso, serão trabalhadas 15 atividades orientadas de forma remota.

Se, porventura, alterações no calendário acadêmico que sejam supervenientes a esta diretriz reduzirem a quantidade de aulas presenciais, as aulas faltantes para completar os 15 encontros serão disponibilizadas na forma de videoaulas e atividades orientadas.

7 FORMA DE AVALIAÇÃO

7.1 Nota

A média semestral do aluno resultará do somatório das atividades individuais. Se a nota final antes do exame for menor que 40 o aluno estará reprovado. Se a nota final antes do exame for igual ou superior a 70 o aluno estará aprovado. Se ela estiver entre 40 e 69, o aluno deverá prestar o Exame Final. Se a nota final depois do exame estiver abaixo de 50, o aluno estará reprovado, caso contrário estará aprovado. A aprovação é condicionada também à posse de frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina ($60h \times 0.75 = 45h$).

No cronograma de execução da disciplina há a previsão de 2 trabalhos (peso 10 cada um) e 2 provas (peso 40 cada uma) totalizando 100 pontos possíveis.

A formação das notas é explicitada a seguir:

$$N_{AE} = 10 \cdot \frac{n_{a_1}}{n_{q_1}} + 40 \cdot \frac{n_{a_2}}{n_{q_2}} + 10 \cdot \frac{n_{a_3}}{n_{q_3}} + 40 \cdot \frac{n_{a_4}}{n_{q_4}}$$

onde $N_{AE} \equiv$ nota antes do exame, $n_{a_i} \equiv$ número de acertos na avaliação i e $n_{q_i} \equiv$ número de questões na avaliação i , onde $i \in \{1, 3\}$ correspondem aos trabalhos presenciais e $i \in \{2, 4\}$ correspondem às provas individuais. Todas as notas serão arredondadas para o inteiro mais próximo.

$$N_{DE} = \frac{N_{AE} + N_E}{2}$$

onde $N_{DE} \equiv$ nota depois do exame e $N_E \equiv$ nota do exame, igualmente arredondadas para o inteiro mais próximo, com a nota do exame calculada como segue

$$N_E = 100 \cdot \frac{n_{a_E}}{n_{q_E}}$$

onde $n_{aE} \equiv$ número de acertos no exame e $n_{qE} \equiv$ número de questões no exame, arredondando N_E para o inteiro mais próximo

7.2 Frequência

A participação do aluno se fundamenta em 15 encontros presenciais e 15 atividades orientadas. Cada encontro presencial (dia de aula) corresponde a 3 horas-aula e cada atividade orientada corresponde a 1 hora-aula. No cômputo geral, o aluno deve conquistar ao menos 75% da carga da disciplina, o que corresponde a 45 horas-aula.

8 BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

[BB 1] FREUND, J. E.; SIMON G. A. **Estatística Aplicada: Economia, Administração e Contabilidade**. Disponível em: Minha Biblioteca, (11th edição). Grupo A, 2019.

[BB 2] SWEENEY, D. J.; WILLIAMS, T. A.; ANDERSON, D. R. **Estatística aplicada à administração e economia**. São Paulo: Cengage Learning, 2013.

[BB 3] KAZMIER, L. J. **Estatística aplicada à administração e economia**. 4ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2007.

[BB 4] MARTINS, G. A.; DOMINGUES, O. **Estatística Geral e Aplicada**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2014.

9 BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

[BC 1] SEWARD, L. E.; DOANE, D. P. **Estatística aplicada à administração e à Economia**. São Paulo: MCGRAW HILL – ARTMED, 2008.

[BC 2] LAPONI, J. C. **Estatística usando Excel**. 4ª ed. Ed. Campus, 2005.

[BC 3] FIELD, A. **Descobrimo a estatística usando SPSS**. 2ª ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

[BC 4] LEVINE, J. et al. **Estatística: teoria e aplicações usando o Microsoft Excel em português**. 3ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

[BC 5] PIANA, C. F. B.; MACHADO, A. A.; SELAU, L. P. R. **Estatística Básica**. Pelotas: 2013. Disponível em

<https://www.ufrgs.br/probabilidade-estatistica/extra/material/apostila_de_estatistica_basica.pdf> acesso em 03/02/2023.

[BC 6] BELFIORE, P. **Estatística aplicada à administração, contabilidade e economia com Excel® e SPSS®**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015.

10 CRONOGRAMA

SEMANA	TEMA	DATA	MÉTODO	ATIVIDADE DO ALUNO	LEITURAS OBRIGATORIAS E LOCAL DE PUBLICAÇÃO OU ACESSO	Peso da Atividade para a nota
1	Apresentação do professor e da disciplina; Introdução ao estudo da estatística; estatística descritiva e inferencial; resumindo dados	10/03/2025	Aula Expositiva com resolução de exercícios	Exercícios em grupo	Plano de ensino da disciplina disponível no TEAMS; [BB 1] Cap. 1 e 2	
2	Medidas de tendência central	17/03/2025	Aula Expositiva com resolução de exercícios	Exercícios em grupo	[BB 1] Cap. 3	
3	Medidas de dispersão	24/03/2025	Aula Expositiva com resolução de exercícios	Exercícios em grupo	[BB 1] Cap. 4	
4	Possibilidades e probabilidades	31/03/2025	Aula Expositiva com resolução de exercícios	Exercícios individuais para nota	[BB 1] Cap. 5	10
5	Regras de probabilidade; esperanças e decisões	07/04/2025	Aula Expositiva com resolução de exercícios	Exercícios em grupo	[BB 1] Cap. 6 e 7	
6	Distribuições de probabilidade	14/04/2025	Aula Expositiva com resolução de exercícios	Exercícios em grupo	[BB 1] Cap. 8	
7	AVALIAÇÃO PRESENCIAL	28/04/2025	Prova objetiva	Prova Individual sem consulta	[BB 1] Cap. 1 ao 8	40
8	Distribuição Normal	05/05/2025	Aula Expositiva com resolução de exercícios	Exercícios em grupo	[BB 1] Cap. 9	
9	Amostragem e distribuições amostrais	12/05/2025	Aula Expositiva com resolução de exercícios	Exercícios em grupo	[BB 1] Cap. 10	
10	Problemas de estimativa	19/05/2025	Aula Expositiva com resolução de exercícios	Exercícios em grupo	[BB 1] Cap. 11	
11	Testes de hipótese sobre médias e sobre desvios-padrão	26/05/2025	Aula Expositiva com resolução de exercícios	Exercícios em grupo	[BB 1] Cap. 12 e 13	
12	Testes de hipótese sobre dados contados	02/06/2025	Aula Expositiva com resolução de exercícios	Exercícios individuais para nota	[BB 1] Cap. 14	10
13	ANOVA	09/06/2025	Aula Expositiva com resolução de exercícios	Exercícios em grupo	[BB 1] Cap. 15	
14	Correlação e Regressão	16/06/2025	Aula Expositiva com resolução de exercícios	Exercícios em grupo	[BB 1] Cap. 16 e 17	
15	AVALIAÇÃO PRESENCIAL	23/06/2025	Prova objetiva	Prova Individual sem consulta	[BB 1] Cap. 9 ao 17	40
	EXAME FINAL	07/07/2025	Prova objetiva	Prova Individual sem consulta	[BB 1] Cap. 1 ao 17	



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
 UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
 SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Coordenação do Curso de ou Departamento de
 Administração

Ficha 2 (variável)

Disciplina: SIMULAÇÃO EMPRESARIAL EM GESTÃO DE PESSOAS				Código: SAOP42EAD			
Natureza:		<input type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/>					
<input type="checkbox"/> Obrigatória <input type="checkbox"/> Optativa		Modular					
Pré-requisito:	Co-requisito:		Modalidade: <input type="checkbox"/> Totalmente Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EAD <input checked="" type="checkbox"/> Parcialmente EAD: 48 *CH				
CH Total: 60h							
CH Semanal: 4h							
Prática como Componente Curricular (PCC):	Padrão (PD):	Laboratório (LB):	Campo (CP):	Estágio (ES):	Orientada (OR):	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):
Atividade Curricular de Extensão (ACE):							

EMENTA

Simulações de realidades empresariais e competitividade. A importância da gestão de pessoas e do alinhamento estratégico com as demais áreas funcionais. Tomada de decisões em ambientes competitivos.

PROGRAMA

- 1. O que é a Simulação Empresarial;**
- 2. Usos e Benefício da Simulação Empresarial**
- 3. Estruturação da Empresa em um Simulador Empresarial**
- 4. Simulações na Prática**
- 5. Análise Integrada dos Resultados**
- 6. Lições Aprendidas e Aplicações Práticas**

OBJETIVO GERAL

Esta disciplina trabalha de forma prática a formulação, implementação e avaliação de estratégias empresariais bem como treinar a tomada de decisão dos participantes em um ambiente dinâmico e competitivo, semelhante ao vivido pelas organizações de hoje. Busca ainda tratar assuntos como resolução de conflitos; liderança; trabalho em equipe; pensamento sistêmico; visão holística; capacidade administrativa; gestão de informações; entre outras. O simulador envolve todas as áreas da empresa (R.H.; Marketing; Finanças; Produção, Gestão da Informação e outros aspectos complementares como bolsa de valores).

OBJETIVO ESPECÍFICO

1. Compreender os conceitos de gestão de pessoas na prática
2. Tomar decisões estratégicas e táticas
3. Estruturação da Empresa em um Simulador Empresarial
4. Analisar relatórios e construir uma análise Integrada dos Resultados
6. Identificar o papel da tecnologia na Gestão de Pessoas.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

Esta disciplina ocorrerá com o auxílio de um simulador empresarial, onde parte será realizada no simulador e o restante através de casos e exercícios baseados na empresa que está sendo simulada. **A presença será computada pela entrega das atividades proposta para cada aula. Caso o aluno deixe de entregar a atividade do dia serão computadas 03 faltas.**

FORMAS DE AVALIAÇÃO

Os alunos serão avaliados da seguinte forma:

- Decisões no simulador (30)
- Apresentação dos Resultados (20)
- Decisão no simulador de International Business (30)
- Apresentação dos Resultados (20)

Nota final será resultado da soma das atividades acima descritas

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

ABIB, G. **Manual do Simulador Estratégico Industrial** – OGG IND. 5ª edição. Curitiba: OGG, 2024.

ALVES, Paulo Vicente. Jogos e simulações de empresas. **Rio de Janeiro: RJ: Alta Books**, 2015.

WILHELM, Pedro Paulo Hugo. **Jogos de Empresas: uma nova perspectiva de aproveitamento e uso no ensino e pesquisa**. Editora Dialética, 2020.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

LEAL, Inamara Gomes de Araújo et al. Indicadores de desempenho para gestão de pessoas em instituições federais de ensino. 2017.

FERREIRA, Mariana Peixoto et al. Gestão de desempenho na visão de Startups de RH: um estudo exploratório sobre tendências e valores em gestão de pessoas. 2019.

GONÇALVES, Caroline Pereira et al. AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO. **Revista Acadêmica do Curso de Administração da UniEVANGÉLICA**, v. 1, n. 2, 2019.

CEPELLOS, Vanessa. HR Techs e suas implicações Vanessa. **GV EXECUTIVO**, v. 18, n. 5, p. 45, 2019.

BARMAN, Arup; DAS, K. Disruptive Technology in Human Resource Management—From the Bloggers Spectacle. **Int. J. Res. Eng. Appl. Manag**, v. 3, 2018.



Documento assinado eletronicamente por **GUSTAVO ABIB, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 09/01/2025, às 14:50, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7412717** e o código CRC **6FC29894**.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO GERAL E APLICADA
COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

DISCIPLINA: **ADMINISTRAÇÃO DE VAREJO E SERVIÇOS/GESTÃO DE SERVIÇOS**

CÓDIGO: SA-075/SAOP21 C.H. 60 horas

CURSO: ADMINISTRAÇÃO CRÉDITOS: 4

PROGRAMA

1 - OBJETIVO

Apresentar os aspectos específicos da administração mercadológica de empreendimentos varejistas e de serviços, contextualizando a teoria e a prática do marketing através de abordagens mais aprofundadas nestes segmentos.

2 - EMENTA

Evolução e formatos do varejo, sistema de informação de marketing no varejo, segmentação e posicionamento no varejo. Decisões do composto de marketing no varejo. Características e classificação dos serviços. O processo dos serviços. Marketing de relacionamento e endomarketing. Estratégias de serviços. Decisões do composto de marketing nos serviços.

3 - CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Evolução do varejo
2. Formatos e classificações do varejo
3. Sistema de informação de marketing no varejo
4. Segmentação e posicionamento mercadológico no varejo
5. Decisões de administração de produtos, política de preços, localização e ambientação, composto promocional no varejo.
6. Características e classificações dos serviços
7. O processo de prestação de serviços e Endomarketing
8. Marketing de relacionamento
9. Estratégias de posicionamento de serviços
10. Decisões de sistemas de entrega, de preços e de promoção de serviços.

4 - AVALIAÇÃO DOS RESULTADOS

A avaliação dos alunos será feita em função de provas individuais bimestrais, trabalhos extraclasse (Trabalhos em grupo, individuais e Análise de Casos), participação nos trabalhos desenvolvidos em sala e assiduidade. A forma de pontuação se dará da seguinte forma:

1. Análise de área de Influência do varejo físico: 20%
2. Análise de posicionamento e participação de mercado: 5%
3. Apresentação de Tema de Varejo: 15%
4. Design de Serviços: 10%
5. 1ª Prova Semestral: 25%
6. 2ª Prova Semestral: 25%

5 - BIBLIOGRAFIA

Bibliografia básica de leitura obrigatória:

- Parente, Juracy. Barky, Edgar. **Varejo no Brasil**, atlas, 2014.
Zeithaml, Valerie; Bitner, M.J. **Marketing de Serviços**, Bookman, 2014.

Referências bibliográficas adicionais:

- Albrecht, K. **A única coisa que importa**. Pioneira, 1995.
Albrecht, K. **Revolução nos serviços**. Pioneira, 1992.
Albrecht, K. **Service within**. Irwin, 1990.
Albrecht, K.; Bradford, L.J. **Serviços com qualidade**. Makron, 1992.
Anderson, Carol H. **Retailing : concepts, strategy and information**. West Publishing co., 1993.
Anderson, K.; Zenke, R. **Fornecendo um super serviço ao cliente**. Campus, 1995.
Angelo, Claudio f. De e Silveira, J.A.G. **série – Varejo Competitivo**, Atlas, 1993 a 2004.
Bateson, J.E.G. **Marketing de Serviços**. Dryden Press, 2001.
Bekin, S. F. **Conversando sobre o Endomarketing**. Makron, 1995.
Berry, L.L. **Serviços de Satisfação Máxima**, Atlas, 2000.
Berry, L.L., Parasuraman, A., **Serviços de marketing**. Maltese - Norma, 1992
Brum, A.M. **Endomarketing como estratégia de gestão**, L&PM, 1998
Carlson, J. **A Hora da Verdade**, COP, 1994
Cerqueira, W. **Endomarketing - Educação e Cultura para a Qualidade**. Qualitymark, 1994.
Churchill Jr, G.A. Peter, J.P. **Marketing : Criando Valor Para O Cliente**. Saraiva, 2000.
Cobra, M. **Marketing de serviços**. Editora Cobra, 2001.
Congram, C. et al. Achieving Internal Integration in Service Organizations: Five Propositions.
The Service Challenge : Integrating for Competitive Advantage. AMA, 1994.
Fitzsimmons, J. **Administração de Operações de Serviços**, Bookman, 2001.
Gianesi, I.N.; Correa, H.L.; **Administração estratégica de serviços**. Atlas, 1994.
Gordon, Ian. **Marketing De Relacionamento**, Futura, 1999.
Grönroos, C. **Marketing: gerenciamento e serviços**. Campus, 2003.
Heskett, J. **Lessons in the Service Sector**, HBR, abril, 1987.
Heskett, J.L.; Sasser, W.E.; Hart, C.W. **Serviços revolucionários**. Pioneira, 1994.
Kotler, Philip. **Administração De Marketing**. Prentice Hall, 2000.
Kotler, P. **Administração de marketing**. Atlas, 1998.
Kotler, P.; Bloom, P.N. **Marketing para serviços profissionais**. Atlas, 1990.
Las Casas, A.L. **Marketing de serviços**, Atlas, 2000.
Layne, A., et al. **Relationship Marketing for Competitive Advantage**. Butterworth, 1995.
Lovelock, C.H. Wright, E. **Princípios de Marketing de Serviços**. Bookman, 2001.
Mattar, F.N. **Administração de Varejo**. Campus, 2011
Mason, J.B.; Mayer M. L. E Wilkinson, **Modern Retailing : Theory And Practice**, Irwin, 1993.
Mcgoldrick, Peter. J. **Retail Marketing**, McGraw Hill, 1990.
Morgenstein And Strongin. **Modern Retailing : Management, Principles**. Prentice Hall, 1992.
Normann, R. **Administração de Serviços**, Atlas, 1993
Revue Française du Marketing. L'Association Nationale du Marketing, 1988.
Schostack, G. **Designing Services that Deliver**, HBR, janeiro, 1984
Tschohl, J.; **A satisfação do cliente**. Makron, 1995.
Vavra, T. **Marketing de Relacionamento**. Atlas, 2002.

PLANO DE AULA

Semana	Data	Tópico	Leitura	Apresentações/Casos Datas definidas com turma na aula de apresentação
1	11/03	Apresentação Evolução do Varejo	Capítulo 1 – Parente	-
2	18/03	Formatos do Varejo	Capítulo 1 – Parente	-
3	25/03	Localização e Ambientação	Capítulos 10 e 11 – Parente	-
4	01/04	Gestão de Produtos	Capítulo 5 – Parente	-
5	08/04	SIM no Varejo	Capítulo 4 – Parente	-
6	15/04	Política de Preços	Capítulo 7 – Parente	-
7	22/04	Composto Promocional	Capítulo 8 – Parente	-
8	29/04	1ª AVALIAÇÃO SEMESTRAL		
9	06/05	Características e Classificações de Serviços	Capítulo 1 – Z&B	-
10	13/05	A Estratégia de Serviços	Capítulos 8 e 9 – Z&B	-
11	20/05	Precificação em Serviços	Capítulo 15 – Z&B	-
12	27/05	Processo de Prestação de Serviços	Capítulos 11 e 12 – Z&B	-
13	03/06	A Experiência de Consumo	Capítulos 10 Z&B	-
14	10/06	Qualidade e Relacionamento em Serviços	Capítulos 2, 3, 4 e 6 –Z&B	-
15	17/06	2ª AVALIAÇÃO SEMESTRAL		
	08/07	EXAME FINAL		



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
 UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
 SETOR DE SOCIAIS E APLICADAS

Coordenação do Curso de ou Departamento de
 Administração Geral e Aplicada

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Administração de Projetos						Código: SA073	
Natureza: <input checked="" type="checkbox"/> Obrigatória <input type="checkbox"/> Optativa		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral Modular <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/>					
Pré-requisito:	Co-requisito:		Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Totalmente Presencial <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Totalmente EAD <input type="checkbox"/> Parcialmente EAD: _____ *CH				
CH Total: 60 CH Semanal: 4 Prática como Componente Curricular (PCC): Atividade Curricular de Extensão (ACE):	Padrão (PD):	Laboratório (LB):	Campo (CP):	Estágio (ES):	Orientada (OR):	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Conceito de Projetos e Administração de Projetos, Incerteza e Complexidade em Projetos, Programa, Projetos e Subprojetos, Projetos e a Estrutura Organizacional, O Gerente de Projetos, Metodologias para a Administração de Projetos, Certificação em Gestão de Projetos, Gestão da Integração em Projetos, Gestão do Escopo e da Qualidade do Projeto, Gestão do Prazo do Projeto, Gestão de Custos do Projeto, Gestão de Riscos do Projeto, Gestão de Aquisições em Projetos, Gestão da Comunicação em Projetos e Gestão de Recursos Humanos do Projeto e Gestão dos Stakeholders de um Projeto.

PROGRAMA

1. Introdução à Administração de Projetos

- Definição de Projeto
- Incerteza na Gestão de Projetos
- Complexidade • Abordagem de Projetos
- Programa, projetos e subprojetos
- Produtos de um Projeto

2. Metodologias em Gestão de Projetos e Certificações em Administração de Projetos

- Estrutura do PMBOK e processo de Administração de Projetos
- Roteiro prático para a administração de projeto
- Metodologia SCRUM
- Metodologia Prince 2
- Certificações em Gerenciamento de Projetos

3. Gestão da Integração em Projetos

- O ciclo de vida de um projeto
- Processos das áreas de conhecimento de um projeto x fases do ciclo de vida • Elaboração de um charter de um projeto
- O plano de gerenciamento do projeto

4. Gerenciamento de Escopo e da Qualidade em Projetos

- Produto e necessidade
- Clientes
- Apresentando objetivos do Projeto
- Gerenciamento do Escopo
- Estrutura Analítica de Projetos – WBS
- Declaração de escopo de projetos
- Gerenciamento da Qualidade na Administração de Projetos
- Especificações técnicas e funcionais do produto de um projeto

- Planejamento, Garantia e Controle da Qualidade em Projetos

5. Gerenciamento de Cronograma de um Projeto

- Definição de Atividades
- Estimativa das durações
- Sequenciamento
- Como desenhar um cronograma
- Planejamento de Redes e Caminho Crítico
- Método Pert-CPM

6. Gerenciamento de Custos de um Projeto

- Previsão de recursos e orçamento
- Custeio e precificação
- Cronograma físico-financeiro de um Projeto
- Cost base line de um projeto
- Análise do valor agregado

7. Gerenciamento de Riscos em Projetos

- Identificação de Riscos em um Projeto
- Estrutura analítica de riscos
- Análise qualitativa de riscos
- Análise quantitativa de riscos
- Matriz Probabilidade x Impacto
- Planos de Mitigação

8. Gerenciamento de Aquisições em Projetos

- A importância de compras em projetos
- O processo de compras
- Escolha de fornecedores em projetos
- O contrato de aquisições em projetos
- Avaliação de fornecedores/ contratos em projetos

9. Gerenciamento de Stakeholders e da Comunicação em Projetos

- Identificação, planejamento e engajamento das partes interessadas em um projeto •
- Planejamento, gerenciamento e controle das comunicações de um projeto

10. Estrutura Organizacional em Projetos

- Organização funcional e a organização do projeto
- Organização da equipe
- Posicionamento da Organização do projeto
- Estruturas para projetos múltiplos
- Responsabilidades e Autoridades

11. Gerenciamento de Equipe em Projetos

- Tipos de equipes
- Fatores críticos de desempenho
- Desafios do trabalho em equipe
- Desenvolvimento da equipe

12. Papel do Gerente de Projetos, Autoridade e Competência em Administração de Projetos

- Tipos de perfil para o gerente de projetos
- O cargo do gerente de projetos na organização

- Responsabilidades e Papéis do Gerente de Projetos
- Certificação em gerenciamento de projetos
- Tipos de autoridade em gestão de projetos
- Competências gerenciais para a administração de projetos

OBJETIVO GERAL

Oferecer o conteúdo necessário para preparar o graduando em Administração para atuar no gerenciamento de projetos.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Reconhecer as oportunidades e condições para a proposta de projetos; entender o ambiente de projetos; definir os objetivos e o escopo de projetos; planejar projetos; detalhar os insumos e os produtos de projetos; controlar o andamento de projetos; documentar e comunicar os resultados de projetos; avaliar os resultados de projetos; finalizar e apresentar projetos. Capacitar-se para atuar como Gerente de Projetos.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

Aulas Expositivas no formato Presencial
Resolução de Exercícios
Análise de Casos
Grupos de Discussão
Repositório de Materiais de Aula na Plataforma Teams

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A nota final será computada com base nos itens:

- 40% Prova - 1 prova individual escritas valendo de 0-100
- 40% Trabalho Final em Grupo valendo de 0-100
- 20% Seminários, exercícios e outras atividades valendo de 0-100

A média semestral do aluno resultará do somatório das atividades individuais e em equipe, e da nota da prova. Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado. Se estiver entre 40 e 69, o aluno deverá fazer o Exame Final. Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o aluno estará reprovado. A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

PMI PMBoK. **Um guia do Conhecimento em Gerenciamento de Projetos**. 6ª. PMI: Newton Square, Pensilvânia, EUA, 2017

MAXIMINIANO, A. C. A. **Administração de projetos**. São Paulo: Atlas, 5ª. Edição, 2014.

KEZNER, H. **Gerenciamento de Projetos: Uma abordagem sistêmica para o planejamento, programação e controle**. 10ª ed. São Paulo: Blucher, 2015.

CANDIDO, R. **Gerenciamento de Projetos**. Curitiba: Aymarã,, 2012.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

KERZNER, H. **Project management: a systems approach to planning, scheduling and controlling** – 8. ed. New York: Van Nostrand Reinhold, 2003.

KERZNER, H. **Gestão de projetos**. São Paulo: Bookman, 2000.

CLEMENTE, A. (org.) **Projetos empresariais e públicos**. São Paulo: Atlas, 1997.

MEREDITH, J. R.; MANTEL, S. J. **Project management: a managerial approach**. New York, Wiley, 2000.

SANTOS, J.A; CARVALHO, H.G. **Referencial brasileiro de competências em gerenciamento de projetos**. Curitiba: ABPG, 2005.

VALERIANO, D. **Gerência em projetos**. Makron, Rio de Janeiro, 1998.

VALERIANO, D. **Gerenciamento estratégico e administração por projetos**. Makron, Rio de Janeiro, 2001.

10.VERZUH, E. **MBA compacto: gestão de projetos**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

CRONOGRAMA E PLANO DE AULAS

AULA	DATA PREVISTA	CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	PROGRAMA DETALHADO	METODOLOGIA
1	13/03/2025	Apresentação do programa e do Plano de Aula.	Dinâmica das expectativas e apresentação do docente e dos discentes. Visão geral da disciplina. Compromisso de entregas, dadas das provas bimestrais e sistema de avaliação.	Apresentação do programa, explanação e debate sobre expectativas do curso.
	13/03/2025	Introdução à Administração de Projetos	- Definição de Projeto - Incerteza na Gestão de Projetos	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado.
2	20/03/2025	Introdução à Administração de Projetos	- Complexidade - Abordagem de Projetos - Programa e subprojetos	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado.
	20/03/2025	Essencial da Administração de Projetos	- Estrutura do PMBOK e processo de Administração de Projetos - Ciclo de vida do projeto	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado.
3	27/03/2025	Gerenciamento da Integração em Projetos e Charter em Adm de Projetos	Gerenciamento da Integração e desenvolvimento do charter	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado.
	27/03/2025	Introdução ao Trabalho 1 – Problema 1	Introdução ao Trabalho – Problema 1	Discussão sobre o problema e preparação para a apresentação.
4	03/04/2025	Definição do Produto na Administração de Projeto	- Gerenciamento do Escopo	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado.
	03/04/2025	Definição do Produto na Administração de Projeto	- Gerenciamento da Qualidade na Administração de Projetos	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado.
5	10/04/2025	Definição do Produto na Administração de Projeto	- Gerenciamento do Escopo	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado.
	10/04/2025	Definição do Produto na Administração de Projeto	- Gerenciamento da Qualidade na Administração de Projetos	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado.

6	17/04/2025	Gerenciamento de Cronograma e Orçamento	Definição de Atividades - Sequenciamento	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado
	17/04/2025	Gerenciamento de Cronograma e Orçamento	- Como desenhar um cronograma -Previsão de Recursos e Orçamento - Introdução do Trabalho T2	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado
7	24/04/2025	Aplicação Prova P1 e entrega do trabalho T2	Prova P1	
8	08/05/2025	Correção e entrega da P1 Entrega do Resumo do Trabalho Final	Correção e entrega da P1 Entrega do Resumo do Trabalho Final	Discussão dos trabalhos em grupo
9	15/05/2025	Gerenciamento de Custos em Projetos	- Custos em Projetos - Formação do Budget e da linha base de custos - Gerenciamento do Valor Agregado em Projetos	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado
	15/05/2025	Gerenciamento de Custos em Projetos		
10	22/05/2025	Gerenciamento de Aquisições em Projetos	- Processos Gerenciamento de Aquisições - Processos compra - Concorrência	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado.
	22/05/2025	Gerenciamento de Aquisições	- Contratos	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado.
11	29/05/2025	Gerenciamento de Riscos em Projetos	- Identificando Riscos - Análise de Riscos	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado.
	29/05/2025	Gerenciamento de Riscos em Projetos	- Análise qualitativa de riscos - Análise quantitativa	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado.

12	05/06/2025	Estrutura Organizacional em Projetos e Gerenciamento de Equipe em Projetos	<ul style="list-style-type: none"> - Organização funcional e a organização do projeto - Organização da equipe - Posicionamento da Organização do projeto - Estruturas para projetos múltiplos - Responsabilidades e Autoridades Tipos de equipes - Fatores críticos de desempenho - Desafios do trabalho em equipe - Desenvolvimento da equipe 	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado</p>
	05/06/2025	Papel do Gerente de Projetos, Autoridade e Competência em Administração de Projetos	<ul style="list-style-type: none"> - Tipos de perfil para o gerente de projetos - O cargo do gerente de projetos na organização - Responsabilidades e Papéis do Gerente de Projetos -- Certificação em gerenciamento de projetos - Tipos de autoridade em gestão de projetos - Competências gerenciais para a administração de projetos 	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado</p>
13	12/06/2025	Entrega e Apresentação dos Trabalhos Finais	Apresentação dos Trabalhos Finais	
14	26/06/2025	Desenvolvimento de Estudos de Casos em Projetos e apresentação das notas finais		
15	03/07/2024	Exame Final		



Documento assinado eletronicamente por **GUILHERME FRANCISCO FREDERICO**,
PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR, em 14/01/2025, às 10:09, conforme art. 1º, III,
"b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador
7420303 e o código CRC **0F63EFA5**.



Ministério da Educação
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Departamento de Administração Geral e Aplicada

FICHA 2 (variável)

I. IDENTIFICAÇÃO DA DISCIPLINA	
TÓPICOS ESPECIAIS EM ANÁLISE ORGANIZACIONAL	
Código: SA082-A	
Natureza: () Obrigatória (x) Optativa	Oferta: (X) Semestral () Anual () Modular
Pré-requisito: SA055	Co-requisito: nenhum
	Modalidade: () Presencial () Totalmente EaD (X) 80 % EaD
CH Total: 60 CH Semanal: 04	Padrão (PD): 60 Laboratório (LB): 0 Campo (CP): 0 Estágio (ES): 0 Orientada (OR): 0 Prática Específica (PE): 0
Ementa (Unidade Didática)	
<p>Aplicar conceitos, abordagens e teorias em análise organizacional a ser desenvolvida empiricamente em uma organização. Pesquisar e debater as variáveis de análise organizacionais e suas aplicações para as empresas, tanto em seus aspectos internos como externos e relacionais. Verificar a coerência estratégica e estrutural dos fatores, em termos do presente e das perspectivas organizacionais. Debater a efetividade organizacional como campo e projeto profissional.</p>	
II. JUSTIFICATIVA PARA OFERTA DA DISCIPLINA INTEGRAL OU PARCIALMENTE ADISTÂNCIA	
<p>A disciplina Tópicos Especiais em Análise Organizacional é uma disciplina que aborda tópicos referente às organizações e sua análise aplicados ao contexto atual. A oferta dessa disciplina na modalidade de EAD incentivará o discente a experimentar a sua autonomia didática, possibilitando o gerenciamento de seu tempo com o auxílio de recursos e tecnologias educacionais diversas, que permitem o gerenciamento pessoal de seu processo de aprendizagem em seu tempo e espaço próprios, respeitando a sua autonomia.</p>	
III. OBJETIVO GERAL E OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
Objetivo Geral Proporcionar aos alunos conhecimento a respeito de tópicos atuais em análise organizacional.	
Objetivos Específicos Adquirir conhecimentos aplicados sobre os campos dos estudos organizacionais Conhecer as perspectivas e limitações teóricas e aplicadas da área Interpretar as diferentes concepções e fatores organizacionais.	

IV. UNIDADES DE CONTEÚDO QUE SERÃO ABORDADAS INTEGRALMENTE A DISTÂNCIA OU QUE SERÃO ABORDADAS DE FORMA DUO-MODAL

Programa (itens de cada unidade didática)

1. O papel dos gestores e das lideranças.
2. Cultura e institucionalização
3. Gestão estratégica: ambiente, competitividade e efetividade organizacional
4. Gestão da tecnologia organizacional
5. Recursos e estrutura organizacional: perspectivas e limitações
6. Redes e relações interorganizacionais
7. A delimitação territorial, domínios e a internacionalização organizacional

Cronograma das Aulas

Aula 1 – 12/03/2025 - presencial

Apresentação do Programa da Disciplina e visão da disciplina.

Aula 2 – 19/03/25 - a distância

Tema: O papel dos gestores e das lideranças

Videoaula elaborado pela professora

Atividade: Exercício

Aula 3 – 26/03/25 - a distância

Tema: Cultura e institucionalização

Videoaula elaborado pela professora

Atividade: Exercício

Aula 4 – 02/04/25 - a distância

Tema: Cultura e institucionalização

Videoaula elaborado pela professora

Atividade: Exercício

Aula 5 – 09/04/25 - a distância

Tema: Gestão estratégica: ambiente, competitividade e efetividade organizacional

Videoaula elaborado pela professora

Atividade: Exercício

Aula 6 – 16/04/25 - a distância

Tema: Gestão estratégica: ambiente, competitividade e efetividade organizacional

Videoaula elaborado pela professora

Atividade: Exercício

Aula 7 - 23/04/25 - a distância

Tema: Gestão da tecnologia organizacional

Videoaula elaborado pela professora

Atividade: Exercício

Aula 8 - 30/04/25 - presencial

Atividade: Avaliação Bimestral

Aula 9 - 07/05/25 - a distância

Tema: Recursos e estrutura organizacional: perspectivas e limitações

Videoaula elaborado pela professora
Atividade: Exercício

Aula 10 – 14/05/25 - a distância
Tema: Recursos e estrutura organizacional: perspectivas e limitações
Videoaula elaborado pela professora
Atividade: Exercício

Aula 11 - 21/05/25 - a distância
Tema: Redes e relações interorganizacionais
Videoaula elaborado pela professora
Atividade: Exercício

Aula 12 – 28/05/25 - a distância
Tema: Redes e relações interorganizacionais
Videoaula elaborado pela professora
Atividade: Exercício

Aula 13 - 04/06/25 - a distância
Tema: A delimitação territorial, domínios e internacionalização organizacional
Videoaula elaborado pela professora
Atividade: Exercício

Aula 14 - 11/06/25 - presencial
Avaliação Bimestral

Aula 15 - 18/06/25 - a distância
Tema: Retomada de todos os tópicos da disciplina
Videoaula elaborado pela professora
Atividade: Exercício

Exame Final – 09/07/2025 – presencial

V. PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS PARA O DESENVOLVIMENTO DA DISCIPLINA A DISTÂNCIA OU DE FORMA DUOMODAL

a) sistema de comunicação

A comunicação entre os(as) alunos(as) e a professora ocorrerá por meio do chat do MICROSOFT TEAMS. Os usuários cadastrados nessa plataforma virtual de aprendizagem serão o professor tutor e os discentes matriculados na disciplina.

b) modelo de tutoria a distância e presencial

A tutoria será desempenhada pelo professor tutor, de forma virtual e presencial (conforme o cronograma da disciplina). De acordo com a exigência da Resolução CEPE 72/10, o professor tutor possui experiência comprovada na modalidade de ensino a distância.

c) material didático específico

Os materiais didáticos da disciplina serão disponibilizados na plataforma virtual de aprendizagem:

- roteiro semanal de atividades - serão formuladas uma ou mais tarefas específicas relacionadas a cada unidade didática. Fonte: Material elaborado pelo Professor tutor.
- videoaulas - serão formuladas pelo professor tutor com o objetivo de fornecer um cenário geral relacionado a cada unidade didática da disciplina. Fonte: Material elaborado pelo Professor tutor.
- materiais de apoio às aulas tais como links para vídeos e artigos relacionados ao tema de cada

unidade didática.

- Livros da bibliografia básica: que poderão ser encontrados na biblioteca, plataformas ou estantes virtuais de livros e/ou de semelhantes.

d) Infraestrutura de Suporte Tecnológico, Científico e Instrumental à disciplina:

O Departamento de Administração Geral e Aplicada (DAGA) da Universidade Federal do Paraná conta com laboratório de informática e internet sem fio para os discentes que não têm acesso a estes recursos em suas residências.

e) Previsão de Período de Ambientação dos Recursos Tecnológicos a serem utilizados pelos Discentes:

Na primeira semana de aulas, acontecerá um encontro presencial para a apresentação do programa e do cronograma das atividades, assim como para ambientação com os recursos tecnológicos a serem utilizados.

f) Identificação do Controle de Frequência das Atividades.

No ensino em EAD a aferição de frequência é considerada pela resolução das tarefas propostas pelo docente da disciplina. Deste modo, as aulas a distância contarão com tarefas a serem realizadas pelos discentes, sendo que a cada tarefa será atribuída uma carga horária de frequência. Somente o ACESSO a plataforma não será contabilizado como frequência, sendo necessário que o aluno realize as atividades propostas para cada aula na plataforma. Nas aulas presenciais, o controle de presença será feito pela lista de chamada.

VI. FORMAS DE AVALIAÇÃO, INCLUINDO CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO E PREVISÃO DE AVALIAÇÕES PRESENCIAIS

A avaliação de aprendizagem será realizada por meio de provas presenciais e atividades realizadas no Ambiente Virtual de Aprendizagem:

Avaliações no Ambiente Virtual de Aprendizagem: resolução de questões relacionadas ao conteúdo de cada aula (40% da nota semestral). A cada aula os discentes terão questões objetivas para serem resolvidas sobre o assunto proposto para a aula. O escopo é estimar o conhecimento dos discentes relacionado ao tema de cada aula. A nota será equivalente ao número de acertos das questões.

Avaliação Presencial: prova escrita (60% da nota semestral). Os discentes farão a prova escrita, que será composta por questões objetivas e subjetivas sobre as unidades de cada bimestre. A nota será equivalente ao número de acertos das questões.

As avaliações serão realizadas no 1º e 2º bimestres da disciplina. A nota semestral de cada discente será a soma das notas obtida no primeiro e no segundo bimestres. Se a nota for igual ou superior a 70, o aluno está aprovado. Se estiver entre 40 e 69, o aluno deverá fazer o Exame Final.

Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o aluno estará reprovado. A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h).

VII. BIBLIOGRAFIA BÁSICA E COMPLEMENTAR

Bibliografia Básica

1. DAFT, R. L. **Organizações:** teoria e projeto das organizações. 3ª. ed. São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2014.
2. HALL, R. **Organizações:** estrutura, processos e resultados. 8ª. ed. São Paulo: Pearson – Prentice Hall, 2004:

Bibliografia Complementar

1. CLEGG, S. R.; HARD C. e NORD, W. R. (Orgs.) **Handbook de estudos organizacionais**. São Paulo: Atlas, 1999.
2. CROPPER, S.; HUXHAM, C.; RING, P. S. e EBERS M. **Handbook de Relações Interorganizacionais de Oxford**. São Paulo: Bookman, 2014.
3. GIBSON, J. L.; IVANCEVICH, J. M.; DONNELLY, J. H.; KONOPASKE, R. **Organizações: comportamento, estrutura e processos** São Paulo: McGraw Hill – Artmed, 2006.
4. KOTLER, P.; CASLIONE, J. A. **Vencer no Caos: lições do guru de administração e marketing para uma gestão eficaz em tempos de turbulência**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
5. MOREIRA, D. A.; QUEIROZ, A. C. S. **Inovação organizacional e tecnológica**. 1ª. ed. São Paulo: Thomson Learning, 2007.
6. MORGAN, Gareth. **Imagens da organização**. São Paulo: Atlas, 1996.
7. SENGE, P. A **Quinta Disciplina: arte e prática da organização que aprende**. São Paulo: Best Seller, 1999.
8. TIDD, J.; BESSANT, J. **Inovação e Empreendedorismo**. 3ª. ed. São Paulo: Grupo A, 2019.
9. TIDD, J.; BESSANT, J. **Gestão da Inovação: integrando tecnologia, mercado e mudança organizacional**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015. Porto Alegre: Bookman, 2015.

VIII. PROFESSOR OU PROFESSORES RESPONSÁVEIS

Andréa Paula Segatto

Ficha 2 – Marketing Estratégico

Disciplina: Marketing Estratégico		Código: SAOB20					
Professor: Tomas Sparano Martins		tomas.martins@ufpr.br +55 (41) 98854-6000					
Natureza: (x) Obrigatória () Optativa	(x) Semestral () Anual () Modular						
Pré-requisito: nenhum	Co-requisito: nenhum	Modalidade: (X) Totalmente Presencial () Totalmente EaD () Parcialmente EaD ____*C.H.					
CH Total: 60h Prática como Componente Curricular (PCC): 00 CH semanal: 4	Padrão (PD): 45h	Laboratório (LB): 00	Campo (CP): 00	Estágio (ES): 0h	Orientada (OR): 15h	Prática Específica (PE): 00 Estágio de Formação Pedagógica (EFP): 00	
Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-ACE-PCC) *Indicar a carga horária que será à distância.							
EMENTA (Unidade Didática)							
Marketing estratégico. Vantagem competitiva. Orientação para o mercado e Valor para o cliente. Informações em marketing. Estratégia de marketing. Processo da estratégia de marketing. Desempenho de marketing. O plano de marketing como instrumento.							
PROGRAMA (itens de cada unidade didática)							
<ol style="list-style-type: none"> 1. Marketing estratégico e estratégia de marketing: conceito, importância e escopo 2. Vantagem competitiva 3. Orientação para o mercado e Valor para o cliente 4. Coleta e análise de informações em marketing 5. Estratégia de marketing: inserção na organização 6. Processo de formulação e Implementação da estratégia de marketing 7. Desempenho de marketing: conceitos e métricas 8. O plano de marketing como instrumento 							
OBJETIVO GERAL							
Transmitir aos estudantes os conceitos centrais de marketing estratégico, destacando a importância orientação para o mercado como elemento essencial da estratégia da empresa, visando à reflexão, análise e discussão para desenvolver e avaliar estratégias de marketing nas organizações							
OBJETIVOS ESPECÍFICOS							
Desenvolver competências humanas dos alunos atreladas a:							

- comunicação profissional e interpessoal (CH1);
- trabalho em equipes multidisciplinares e multiculturais (CH3);
- autonomia de aprendizagem, decisão e ação (CH9);

Desenvolver competências analítico-decisórias dos alunos atreladas a:

- reconhecer e solucionar problemas organizacionais, mercadológicos e sociais (CAD3);
- analisar lógica e criticamente os contextos, problemas e oportunidades organizacionais, mercadológicos e sociais (CAD8).

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina será composta de atividades presenciais (45 horas) e atividades orientadas (15 horas). O conteúdo será trabalhado por meio de aulas expositivo-dialogadas, estudos de caso, apresentações e discussões por parte dos alunos. Será privilegiada a interação dos alunos por meio da participação nas atividades propostas ao longo do semestre. A proposta da disciplina, bem como o cronograma e avaliações, as referências bibliográficas, os textos e material complementar serão apresentados aos alunos no primeiro dia de aula. As atividades orientadas devem ser entregues na sala virtual da turma na plataforma Teams, no ambiente de tarefa. A comunicação será feita via Plataforma Teams

Importante: Os livros indicados na bibliografia estão disponíveis no formato digital no site <https://minhabiblioteca.ufpr.br/biblioteca/> E/OU na forma impressa na biblioteca setorial (Setor Sociais Aplicadas – campus Botânico). O estudante terá acesso à Minha Biblioteca Virtual via seu e-mail da UFPR. Materiais e/ou textos complementares serão disponibilizados pela docente.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

Os(as) alunos(as) serão avaliados(as) com 2 notas parciais tanto no Bimestre I quanto no Bimestre II. A formação das notas em cada bimestre será composta da seguinte forma.

1. Duas atividades individuais = valor de 15 pontos para cada atividade (total= 30 pontos)
2. Uma atividade em equipe = valor de 40 pontos
3. Uma atividade final individual = valor de 30 pontos

As propostas e os critérios de avaliação dos trabalhos serão apresentados aos alunos no primeiro encontro da disciplina e serão disponibilizados na sala virtual da turma na Plataforma Teams. O detalhamento e as datas previstas para cada atividade consta no Cronograma o qual está apresentado no item a seguir.

Importante: De acordo com o Art. 94 da Resolução 37/97 CEPE, a aprovação do estudante na disciplina é condicionada à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h). Sendo assim, o aluno deverá apresentar o mínimo de 45 presenças no semestre para aprovação. Salienta-se, no entanto, que a frequência mínima não é a única condição para a aprovação a qual também depende da nota mínima de aprovação (nota 70).

QUADRO DE ATIVIDADES AVALIATIVAS

TIPO DE AVALIAÇÃO	FORMA DE AVALIAÇÃO	DATA DE ENTREGA	LOCAL DE ENTREGA	PONTOS NA NOTA (0 a 100)
Atividade individual 1	Produção de Texto	03/04	Tarefa no ambiente virtual	20
Atividade individual 2	Produção Vídeo	08/05	Tarefa no ambiente virtual	20
Atividade em equipe 3	Apresentação Conteúdos (Vídeos e Textos)	05/06	Tarefa no ambiente virtual	30
Atividade em equipe 4	Apresentação Final	26/06	Tarefa no ambiente virtual	30

Explicação das Atividades Avaliativas:

1) Atividade Individual 1 (Produção de Texto) – *Reflection Paper*.

O objetivo da atividade é produzir um **Reflection paper de 4000-6000 caracteres sem espaços**. Um reflection paper é uma redação onde você expressa seus pensamentos, experiências e percepções sobre um tópico ou evento específico. É tipicamente pessoal e subjetivo, permitindo analisar e criticar suas próprias experiências e aprendizado.

Os elementos-chave de um *Reflection Paper*:

1. Introdução: apresente brevemente o tópico ou evento e forneça algum contexto **pessoal**.
2. Desenvolvimento: descreva **sua** experiência e reações, analise o que você aprendeu e conecte-o a teorias ou conceitos.
3. Conclusão: Resuma **seus** insights e discuta como a experiência impactou **seu** pensamento ou comportamento.

Um reflection paper exige que você seja introspectivo, assertivo e honesto ao escrever. Eu não preciso saber sobre a teoria ou exemplos trabalhados em casa, eu quero saber como o conteúdo impacta você e suas experiências como consumidor e futuro gestor.

2) Atividade Individual 2 (Produção de Vídeo) – *Reflection Video*.

O objetivo é gravar um vídeo de 30 segundos (estilo para rede social) que reflita sua experiência com os conteúdos apresentados nas aulas.

3) Atividade em Equipe 3 – Conteúdo para Estratégia de Marketing Digital

O grupo deve escolher um setor e uma organização (fictícia ou não). A partir da escolha vocês devem desenvolver um Blog para esta organização que reflita o propósito do grupo. Neste blog a equipe deve apresentar pelo menos 4 conteúdos relacionados com sua atividade.

4) Atividade em Equipe 4 – Mídias e Conteúdo Digital

A equipe deve fazer uma apresentação que tenha os 5Es da Experiência (Engajamento, Educação, Escapismo, Estética e Entretenimento). Nesta apresentação de 15 minutos a equipe deve mostrar a organização, seu propósito, suas ofertas e 3 mídias sociais com um conteúdo cada.

CRONOGRAMA

Semana/ Data	Assunto	Proposta da aula/Atividade programada	Referência Bibliográfica
1 13/03	- Apresentação da docente e alunos, apresentação da disciplina, formas de avaliação e proposta de desenvolvimento das etapas. - Conceitos centrais: marketing estratégico; estratégia de marketing; mercado, troca e produto. - Palestra – Convidado.	Aula expositivo-dialogada	Varadarajan (2010, p. 126 e 128) Ferrell e Hartline (2016): Cap. 1, p. 11-15. E-book disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522126637/
2 20/03	Framework de Planejamento da Estratégia de Marketing	Aula expositivo-dialogada	Aaker (2012): Cap. 7, p. 144-150 E-book disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788540701588
3 27/03	Orientação para o mercado e Valor para o cliente	Aula expositivo-dialogada	<ul style="list-style-type: none"> Teixeira (2019): Cap. 2, p. 35-53; e Cap. 3, p.68 (a partir de “repensando modelos de negócios...”) – 75 (até imediatamente antes de “o que realmente estimula o decoupling”). Livro disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788550814346/ Narver e Slater (2006): p.61-64
4 03/04	Branding e Posicionamento na Economia Digital	Aula expositivo-dialogada Entrega da atividade individual 1 – em equipe (20 pontos) Local de entrega: sala virtual Plataforma Teams, ambiente de tarefas	Martins (2020): Capítulo 3.
5 10/04	O Marketing é Digital! O framework de planejamento de	Atividade em sala – estudo de caso	Martins (2020): Capítulo 1

	marketing e a transformação digital		
6 24/04	Inovação e Oferta de Produtos e Serviços	Aula expositivo-dialogada Estudo de Caso	Kotler et. al. (2023)
7 08/05	Imersão e Experiência do Consumidor	Atividade em sala – estudo de caso; Atividade em Grupo: Definição do Conteúdo. Entrega da atividade individual 2 – em equipe (20 pontos) Local de entrega: sala virtual Plataforma Teams, ambiente de tarefas	Martins (2020) : Capítulo 2 Kotler et. al. (2023)
8 15/05	Comunicação Integrada de Marketing	Aula expositivo-dialogada Palestra Convidado	Keller e Cherney (2024)
COMPOSIÇÃO DA NOTA BIMESTRE 1:			
<ul style="list-style-type: none"> Atividades individuais: (40% da nota final) – 100% da nota do bimestre. 			
9 22/05	Marketing de Conteúdo: A operacionalização do Branding e das ofertas de marketing.	Aula expositivo-dialogada Palestra Convidado	Keller e Cherney (2024)
10 29/05	Inteligência Artificial e Marketing	Estudo de Caso e Discussão.	Wu, C. W., & Monfort, A. (2023). Role of artificial intelligence in marketing strategies and performance. <i>Psychology & Marketing</i> , 40(3), 484-496.
11 05/06	Canais de Marketing a Essência do Omnichannel e Multichannel	Aula expositivo-dialogada Entrega Atividade orientada em Grupo (Vídeos e Textos): definições e orientações nas equipes	Farris et al (2013): E-book disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788540701410/
12 12/06	Precificação Dinâmica	Aula expositivo-dialogada Resolução de exercícios – atividade em sala	Farris et al (2013): Cap. 2 E-book disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788540701410/
13 26/06	Gestão e Automação de Vendas	Aula expositivo-dialogada Entrega Atividade orientada em Grupo (apresentação final)	Teixeira, T. Vender direto ao consumidor ou pela Amazon? <i>Harvard Business Review Brasil</i> , edição 9703, março 2019. Disponível em: https://toaz.info/doc-view-2

			Consulta em 26 Dezembro 2023
COMPOSIÇÃO DA NOTA BIMESTRE 2: <ul style="list-style-type: none"> Atividades orientadas: 60 pontos referentes ao somatório das entregas parciais – 100% nota bimestre 			
10/07	Exame	Avaliação individual Peso: 100 pontos	Todo o conteúdo trabalhado no semestre

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 3 títulos)

FERRELL, O. C., HARTLINE, M. D. **Estratégia de marketing: teoria e casos.** Tradução da 6ª ed norteamericana. São Paulo: Cengage Learning, 2016. E-book. ISBN 9788522126637

HOOLEY, G. J., SAUNDERS, J. A., PIERCY, N. F. **Estratégia de marketing e posicionamento competitivo.** 3ª ed. São Paulo: Pearson, 2009.

FARRIS, P. W.; BENDLE, N. T.; PFEIFER, .E.; REIBSTEIN, D.J. **Métricas de marketing.** 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2013. E-book. ISBN 9788540701410.

MARTINS, T. **Marketing Digital,** 1ed. IESDE, 2020

TEIXEIRA, T. **Desvendando a cadeia de valor do cliente.** Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2019. E-book. ISBN 9788550814346.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 5 títulos)

AAKER, D.A. **Administração estratégica de mercado.** 9ª ed. Porto Alegre: Grupo A, 2012. E-book. ISBN 9788540701588

FALCÃO, R. F. **Planejamento estratégico de marketing: passo a passo.** São Paulo: Senac, 2019.

IKEDA, A. A.; CAMPOMAR, M. C. **O planejamento de marketing e a confecção de planos : dos conceitos a um novo modelo.** São Paulo: Editora Saraiva, 2006. E-book. ISBN 9788502088416.

KELLER, K. L., & CHERNEY, A. (2024). *Administração de marketing.* Bookman Editora.

KOTLER, P. HERMAWAN K., IWAN S.. *Marketing 6.0: the future is immersive.* John Wiley & Sons, 2023.

MALHOTRA, N. **Planos de marketing.** Editora Saraiva, 2013.

MORAIS, F. **Planejamento estratégico digital.** 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2018.

MENON, A.; BHARADWAJ, S. G.; ADIDAM, P.T.; EDISON, S.W. Antecedents and consequences of marketing strategy making: a model and a test. **Journal of Marketing,** v.3, n.2, p. 18-40, 1999.



NARVER, J.C.; SLATER, S.F. Efeito da orientação para o mercado sobre a lucratividade da empresa. **RAE-Clássicos**, abr/jun, 2006, p.61-81.

PROETTI, S. O SIM – sistema de informação de marketing para a elaboração de planos de marketing e estudo do comportamento do consumidor. **Revista Lumen**, v. 7, nº 13, Jan./Jun, 2022, p.80-105.

VARADARAJAN, R.R. Strategic marketing and marketing strategy: domain, definition, fundamental issues and foundational premises. **Journal of the Academy of Marketing Science**, v.38, n.2, p.119-140, 2010

ZENARO, M.; PEREIRA, M. F. **Marketing estratégico para organizações e empreendedores: guia prático e ações passo a passo**. São Paulo: Grupo GEN, 2013.

Professor da Disciplina: Tomas Sparano Martins

Assinatura: _____

Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: Ana Paula Mussi Szabo Cherobim

Assinatura: _____



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Coordenação do Curso de Administração
Departamento de Administração Geral e Aplicada

Ficha 2 (variável)

Disciplina: TÓPICOS ESPECIAIS DE MARKETING Código: SA080-A

Natureza:
() Obrigatória (X) Semestral () Anual () Modular
(X) Optativa

Pré-requisito: SA053 Co-requisito: nenhum Modalidade: () Totalmente Presencial () Totalmente EAD (X) Parcialmente EAD: 80% *CH

CH Total: 60							
CH Semanal: 4							
Prática como Componente Curricular (PCC):	Padrão (PD): 60	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0	Estágio de Formação Pedagógica (EFP): 0
Atividade Curricular de Extensão (ACE):							

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Marketing de relacionamento. Database marketing. Marketing na Internet. Endomarketing. Marketing Social.

PROGRAMA

1. Marketing de relacionamento: tendências, princípios e práticas atuais.
2. Database marketing: estratégia e instrumentos.
3. Marketing na internet: estratégias e tendências.
4. Endomarketing (Marketing Interno): planejamento e processo de implementação.
5. Marketing Social: A natureza e o papel das campanhas sociais de mudanças do comportamento do público. Mapeamento e ambiente do marketing social.

Cronograma das Aulas

Aula 1 –11/03/2025 - presencial

Apresentação do Programa da Disciplina e das atividades do semestre

Aula 2 – 18/03/2025 - a distância

Tema: Marketing de relacionamento

Vídeo-aula elaborado pela professora

Leitura indicada

Atividade: Exercício

Aula 3 – 25/03/2025 - a distância

Tema: Marketing de relacionamento

Vídeo sobre o tema

Leitura indicada

Atividade: Exercício

Aula 4 –01/04/2025 - a distância

Tema: Endomarketing (Marketing interno)

Vídeo-aula elaborado pela professora

Leitura indicada

Atividade: Exercício

Aula 5 – 08/04/2025 - a distância
Tema: Endomarketing (Marketing interno)
Vídeo sobre o tema
Leitura indicada
Atividade: Exercício

Aula 6 – 15/04/2025 - a distância
Tema: Marketing na internet
Vídeo-aula elaborado pela professora
Leitura indicada
Atividade: Exercício

Aula 7 – 22/04/2025 - a distância
Tema: Marketing na internet
Vídeo sobre o tema
Leitura indicada
Atividade: Exercício

Aula 8 - 29/04/2025 - a distância
Tema: Marketing na internet
Vídeo sobre o tema
Leitura indicada
Atividade: Exercício

Aula 9 - 06/05/2025 - presencial - Avaliação Bimestral

Aula 10 - 13/05/2025 - a distância
Tema: Database marketing
Vídeo-aula elaborado pela professora
Leitura indicada
Atividade: Exercício

Aula 11 - 20/05/2025 - a distância
Tema: Database marketing
Vídeo sobre o tema
Leitura indicada
Atividade: Exercício

Aula 12 - 27/05/2025 - a distância
Tema: Marketing social
Vídeo-aula elaborado pela professora
Leitura indicada
Atividade: Exercício

Aula 13 - 03/06/2025 - a distância
Tema: Marketing social
Vídeo sobre o tema
Leitura indicada
Atividade: Exercício

Aula 14 - 10/06/2025 - presencial - Avaliação Bimestral

Aula 15 - 17/06/2025 - a distância
Tema: Revisão dos temas abordados na disciplina
Vídeo-aula elaborado pela professora
Leitura indicada
Atividade: Exercício

Exame Final - 08/07/2025 - presencial

OBJETIVO GERAL

Proporcionar aos alunos conhecimento a respeito de tópicos atuais da gestão do marketing.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Promover análises e estimular discussões sobre marketing no que tange aos processos de marketing de relacionamento, uso e aplicações de painéis de marketing (marketing digital e demais aplicações de marketing no contexto atual).

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

a) Sistema de comunicação

A comunicação entre os(as) alunos(as) e a professora ocorrerá, preferencialmente, por meio do MICROSOFT TEAMS (*chat*) e via correio eletrônico (anatoaldo@ufpr.br). Os usu nessa plataforma virtual de aprendizagem serão o professor tutor e os discentes matriculados na disciplina.

b) Modelo de tutoria a distância e presencial

A tutoria será desempenhada pelo professor tutor, de forma virtual e presencial (conforme o cronograma da disciplina). De acordo com a exigência da Resolução CEPE 72/10, o tutor possui experiência comprovada na modalidade de ensino a distância.

c) Material didático específico

Os materiais didáticos da disciplina serão disponibilizados na plataforma virtual de aprendizagem:

- roteiro semanal de atividades - serão formuladas uma ou mais tarefas específicas relacionadas a cada unidade didática. Fonte: Material elaborado pelo Professor tutor.
- vídeo aulas - serão formuladas pelo professor tutor com o objetivo de fornecer um cenário geral relacionado a cada unidade didática da disciplina. Fonte: Material elaborado pe
- materiais de apoio às aulas tais como links para vídeos e artigos relacionados com o tema de cada unidade didática.
- Livros da bibliografia básica: que poderão ser encontrados na biblioteca ou em plataformas ou estantes virtuais de livros e/ou de semelhantes.

d) Infraestrutura de Suporte Tecnológico, Científico e Instrumental à disciplina

O Departamento de Administração Geral e Aplicada (DAGA) da Universidade Federal do Paraná conta com laboratório de informática e internet sem fio para os discentes que nã acesso a estes recursos em suas residências.

e) Previsão de Período de Ambientação dos Recursos Tecnológicos a serem Utilizados pelos Discentes

Na primeira semana de aulas acontecerá um encontro presencial para a apresentação do plano de ensino e do cronograma das atividades, assim como para ambientação com c tecnológicos a serem utilizados.

f) Identificação do Controle de Frequência das Atividades

No ensino em EAD a aferição de frequência é considerada pela resolução das tarefas propostas pelo docente da disciplina. Deste modo, toda aula a distância contará com tare realizadas pelos discentes e, assim, a cada tarefa será atribuída uma carga horária de frequência. Somente o ACESSO a plataforma não será contabilizado como frequênci necessário que o aluno realize as atividades propostas para cada aula na plataforma. Nas aulas presenciais o controle de presença em sala de aula será feito pela lista de c

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A avaliação de aprendizagem será realizada por meio de atividades presenciais e atividades realizadas no Ambiente Virtual de Aprendizagem:

Avaliações no Ambiente Virtual de Aprendizagem: resolução de questões relacionadas ao conteúdo de cada aula (50% da nota semestral). Os discentes terão questões para sobre o assunto proposto em cada aula. O escopo é estimar o conhecimento dos discentes relacionado ao tema de aula. A nota será equivalente ao número de acertos das ques

Avaliação Presencial: atividade avaliativa (50% da nota semestral). Os discentes realizarão trabalho em equipe ou individual sobre as temáticas de cada bimestre. A nota será c conteúdo do trabalho apresentado.

As avaliações serão realizadas no 1º e 2º bimestres da disciplina. A Nota semestral de cada discente na disciplina resultará do somatório da Nota do primeiro bimestre com a f bimestre, dividido por dois (2). Conforme disposto nos Art. 94, 95 e 96 da Resolução 37/97 CEPE, o estudante estará aprovado na disciplina se sua nota final for igual ou superior limite mínimo de frequência (75%) (Art. 94 Res. 37/97 CEPE). Os alunos que não obtiverem a média prevista no artigo anterior deverão prestar exame final, desde que alcanc mínima exigida (75%) e média não inferior a quarenta (40) (Art. 95 da Res. 37/97 CEPE). No exame final serão aprovados na disciplina os que obtiverem grau numérico igua cinquenta (50) na média aritmética entre o grau do exame final e a média do conjunto das avaliações realizadas (Art. 96 da Res. 37/97 CEPE).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

1. GUMMESSON, E. Marketing de relacionamento total. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.
2. KOTLER, P. Marketing para o Século XXI: como criar, conquistar e dominar mercado. Rio de Janeiro: Alta Books, 2021.
3. LEE, N.R.; KOTLER, P. Marketing social. São Paulo: Saraiva, 2020.
4. PRIDE, W.M., FERRELL, O.C. Fundamentos de marketing. São Paulo: Cengage Learning, 2015.
5. RÉVILLION, A. S. P.; LESSA, B. S.; GOMES NETO, R.; JUSKI, J. R.; NEUMANN, S. E. Marketing digital. Porto Alegre: SAGAH, 2019.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

1. FERREIRA, D. M. R.; LIMA, A. A. T. F. C.; FERREIRA, M. A. M.; MARTINS, A. F. H. A influência do marketing social na mudança de atitudes: um estudo experimental. Cadernos de Marketing UNIMEP, v. 8, n. 3, 2020. Disponível em: <https://www.cadernomarketingunimep.com.br/ojs/index.php/cadprofmkt/article/view/133>
2. GUADAGNO, N. The biggest lie in marketing. Disponível em <https://amaphiladelphia.com/the-biggest-lie-in-marketing/>.
3. LARENTIS, F.; ANTONELLO, C.S.; SLOGO, L.A. Cultura organizacional e marketing de relacionamento: uma perspectiva interorganizacional. Revista Brasileira de Gestão de Negócios, v. 20, n.1, 2018, p.37-56. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbgn/a/BCcLDqFh9hyfVbctCFNsRys/?format=html>
4. MACHADO, R. O. Marketing digital: análise das principais estratégias usadas no comércio eletrônico brasileiro. Revista Eletrônica de Administração e Turismo, v.12. n.7, 2017. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/331578733_MARKETING_DIGITAL_ANALISE_DAS_PRINCIPIAS ESTRATEGIAS_USADAS_NO_COMERCIO_ELETRONICO
5. MANICA, I. P. G. A relevância da estratégia do marketing de relacionamento na experiência do usuário no tabelionato de notas. ENADI 2023. Disponível em: <https://anpad.com.br/uploads/articles/124/approved/6354461b879d3b121b0c33d5e7e5da4f.pdf>
6. MAZZAROLO, A. H.; CRISTO-ANDRADE, S. Efeitos do Marketing Interno nas Orientações Estratégicas de Marketing no Setor Bancário. ENANPAD 2020. Disponível em: https://arquivo.anpad.org.br/abrir_pdf.php?e=Mjg1ODk=
7. MORAIS, I. D. C.; SOARES, A. M. Impacto do marketing interno sobre a orientação para o mercado em empresas brasileiras. Revista de Administração Contemporânea, v. 4, n. 197-215, 2016. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rac/a/J68rN8WjfpFWVNBkrQfDNGB/?lang=pt>
8. OLIVEIRA, M. R.; WEGNER, R. S.; MALHEIROS, M. B.; ROSSATO, V. P.; SILVA, D. J. C. Análise do marketing digital e mídias sociais: estudo multicase baseado na percepção dos gestores. Revista de Administração da Unimep, v. 19, n. 12, p. 1-23, 2022. Disponível em: [file:///C:/Users/Usu%C3%A1rio/Downloads/Oliveira_Wegner_Malheiros_Rossato_Silva_2022_Analise-do-marketing-digital-e_70118%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usu%C3%A1rio/Downloads/Oliveira_Wegner_Malheiros_Rossato_Silva_2022_Analise-do-marketing-digital-e_70118%20(1).pdf)
9. PIMENTEL, L.M. O efeito mediador do uso de dashboards na relação entre orientação para o mercado e o sistema de gestão de marcas. 2020. 108 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná, Curitiba (PR), 2020. Disponível em: <https://www.prppg.ufpr.br/signa/visitante/trabalhoConclusaoWS?idpessoal=78674&idprograma=40001016025P6&anobase=2020&idtc=1387>.
10. PINHEIRO, T. S. O.; PINHEIRO, L. V. S. Marketing de relacionamento nas mídias sociais: revisão sistemática e agenda de pesquisa. Revista de Administração FACES, v. 4, n. 85-100, 2022. Disponível em: <file:///C:/Users/Usu%C3%A1rio/Downloads/9025-Texto%20do%20Artigo-28588-1-10-20230116.pdf>
11. REIS, A. C. B. C.; IACOVELLO, M. T.; ALMEIDA, L. B. B.; COSTA FILHO, B. A. Marketing de Relacionamento: agregando valor ao negócio com big data. Revista Brasileira (REMark), v. 15, n. 4, 2016. Disponível em: <https://periodicos.uninove.br/remark/article/view/12148>
12. SANTIAGO, M. M. P. F. F. A importância das práticas de marketing interno para o sucesso organizacional. Revista Gestão em Análise, v. 8, n. 3, 2019. Disponível em: <https://periodicos.unichristus.edu.br/gestao/article/view/2727>
13. SANTIAGO, M. M. P. F. F.; COELHO, A.; BAIRRADA, C. M. Como as práticas de marketing interno podem ajudar a alcançar o sucesso organizacional? Revista de Administração Pública (RAP), v. 57, n. 4, 2023. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/rap/article/view/89872/84332>
14. SILVA, E.C.; MAZZON, J.A. Revisitando o marketing social. Revista Brasileira de Marketing, v. 17, n. 6, p. 806-820, 2018. Disponível em: https://mestrado.unihorizontes.br/content/uploads/2019/07/Silva_Mazzon_2018_Revisitando-o-Marketing-Social_51913.pdf
15. SILVA, M. E. R. D.; SOUZA, C. V. Marketing social como instrumento promotor da adoção de crianças e adolescentes: uma análise da percepção de agentes públicos, pais e pretendentes. ENANPAD 2022. Disponível em: <https://anpad.com.br/uploads/articles/120/approved/24646475ed957884ca39b0c1d9cc06b2.pdf>
16. TREVISANI, M. Marketing e inteligência artificial precisam caminhar juntos. Forbes, 2021. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-collab/2021/09/marcelo-trevisani-mar-inteligencia-artificial-precisam-caminhar-juntos/>



Documento assinado eletronicamente por **ANA MARIA MACHADO TOALDO, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 17/01/2025, às 14:30, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7430026** e o código CRC **E25D188C**.

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC).

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Sistemas de Informações Mercadológicas; Pesquisa em Marketing; Tipos de pesquisa – Quantitativas e Qualitativas; Elaboração de projeto de pesquisa; Formas de coleta de dados; Amostragem – tamanho e processo; Elaboração de instrumentos de coleta de dados; Análise dos dados; Apresentação dos resultados.

PROGRAMA

UNIDADE 1 – CONHECIMENTOS BÁSICOS DE PESQUISA DE MARKETING

- Apresentação do plano didático
- Pesquisa de Marketing – Introdução e Bases Fundamentais

UNIDADE 2 – TIPOS DE PESQUISA

- Tipos de pesquisa
- Pesquisa Qualitativa
- Pesquisa Quantitativa – Experimento e Survey

UNIDADE 3 – PLANEJAMENTO DE LEVANTAMENTOS DE MERCADO

- Definição de população e amostra
- Elaboração de instrumentos de coleta de dados
- Análise e tratamento dos dados

UNIDADE 4 – PESQUISA COM DADOS SECUNDÁRIOS E NA INTERNET

- Dados Secundários
- Elaboração de relatórios com uso de dashboards

OBJETIVO GERAL

Proporcionar aos discentes conhecimentos e capacidades básicas para entender, analisar e executar pesquisas em marketing em suas diversas formas e aplicações.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Compreender as principais perspectivas de pesquisa de marketing
- Compreender os principais problemas metodológicos relacionados ao desenvolvimento de pesquisas em marketing
- Instrumentalizar os alunos para aquisição de habilidades mínimas necessárias para a compreensão e realização de pesquisas de marketing e suas aplicações nos diversos contextos de mercado
- Analisar as principais implicações da pesquisa de marketing na formulação de estratégias de marketing de empresas

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A avaliação dos alunos será feita em função de dois elementos principais:

- **prova individual** semestral
 - **atividades e casos desenvolvidos em sala**
- Casos de plágio serão penalizados com nota 0 no correspondente trabalho para todos os alunos envolvidos.
 - O aluno que não estiver presente em alguma aula poderá entregar a atividade da respectiva aula de forma individual, respeitando os prazos de entrega. Entrega de atividade não vale presença.
 - Abonos de faltas, exercícios não entregues nas datas corretas, exercícios domiciliares, provas de 2ª chamada e eventuais problemas disciplinares deverão ser discutidos diretamente com a coordenação do curso de Administração.
 - Todo o material da disciplina será disponibilizado no menu Arquivos na turma da disciplina na plataforma Microsoft Teams.
 - O livro adotado para a disciplina (ver bibliografia básica) será disponibilizado no Teams e também está disponível na biblioteca virtual e do Setor.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A avaliação dos alunos será feita em função de dois elementos principais:

- **prova individual** semestral
- **atividades e casos desenvolvidos em sala**

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

MALHOTRA, N. K. Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada. 6ª ed. São Paulo: Bookman, 2012.

MATTAR, F. N. Pesquisa de marketing: Metodologia, planejamento, execução e análise 7ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

NIQUE, W.; LADEIRA, W. Como fazer pesquisa de Marketing: Um guia prático para a realidade brasileira. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2017.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

McDANIEL, C.; GATES, R. Pesquisa de marketing. São Paulo: Thomson, 2003.

LAS CASAS, A. L.; GUEVARA, A. J. H. Pesquisa de Marketing. Ed. Atlas: São Paulo. 2010

FARRIS, Paul W.; BENDLE, Neil T.; PFEIFER, Phillip E.; REIBSTEIN, David J. Métricas de Marketing. Grupo A, 2013. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788540701410/>. Acesso em: 18 fev. 2022.

SHARDA, Ramesh; DELEN, Dursun; TURBAN, Efraim. Business Intelligence e Análise de Dados para Gestão do Negócio. Grupo A, 2019. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788582605202/>. Acesso em: 18 fev. 2022.

TURCHI, Sandra R. Estratégia de Marketing Digital e E-Commerce, 2ª edição . Grupo GEN, 2018. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597015409/>. Acesso em: 18 fev. 2022.

DATA	CRONOGRAMA DE ATIVIDADES
12/03	<p>Apresentação da disciplina, datas das provas e dos trabalhos.</p> <p>Introdução à Pesquisa de Marketing - <u>Leitura</u>: Cap. 1 – Introdução à pesquisa de Marketing, 1ª parte.</p> <p>Atividade: Proposta de Pesquisa de Marketing contendo situação problema, definição de objetivo geral e específicos de pesquisa e contexto da pesquisa. (NOTA: 5%)</p>

19/03	<p>Tipos de Pesquisa: exploratórias, descritivas e causais - <u>Leitura</u>: Cap. 3 – Modelo de pesquisa</p> <p>Modelo de Pesquisa Exploratória: Pesquisa Qualitativa - <u>Leitura</u>: Cap. 5 - Pesquisa Qualitativa</p> <p>Atividade: Grupo Focal – Proposta de Pesquisa de Grupo Focal NOTA (5%)</p>
26/03	<p>Pesquisa Quantitativa Causal – Experimentos - <u>Leitura</u>: Cap. 8 – Modelo de Pesquisa causal: experimentos</p> <p>Atividade 1: Base de Dados Experimento Teste Cego Chocolate (Laboratório) - NOTA (5%) Apresentação e Discussão dos resultados</p>
02/04	<p>Pesquisa Quantitativa Descritiva - Survey Coleta de Dados: tipos, fontes, formas, medidas e instrumentos. - <u>Leitura</u>: Cap. 9 – Medição e escalonamento. · Atividade: Elaboração de um questionário de pesquisa - NOTA (10%)</p>
09/04	<p>· Técnicas de Amostragem - <u>Leitura</u>: Cap. 12 – Amostragem: modelo e procedimento.</p> <p>· Atividade: Avaliação e discussão de problemas de amostragem NOTA (5%)</p>
16/04 (Aula EaD)	<p>· Métricas de Marketing - <u>Leitura</u>: Slides de aula.</p> <p>Atividade: Análise e tomada de decisão usando métricas de marketing. NOTA (5%).</p>
23/04	<p>· Análise de Dados e Inteligência de Mercado - Slides de aula Criação de relatórios dinâmicos/dashboards, utilizando a ferramenta Power BI</p> <p>· Atividade: Elaboração de Dashboards Power BI. NOTA (5%).</p>
30/04	<p>· Continuação: Análise de Dados e Inteligência de Mercado - Slides de aula Criação de relatórios dinâmicos/dashboards, utilizando a ferramenta Power BI</p> <p>· Atividade: Elaboração de Dashboards Power BI. NOTA (5%).</p>
07/05	<p>· (PROVA SEMESTRAL) Prova: Todo o conteúdo (NOTA: 30%).</p>
14/05 (Aula EaD)	<p>· Estudo de Caso HBR – NOTA (5%)</p>

21/05 a 11/06	<ul style="list-style-type: none">· Continuação - Análise de Dados e Inteligência de Mercado - Slides de aula Criação de relatórios dinâmicos/dashboards, utilizando a ferramenta Power BI· Atividade: Elaboração de Dashboards Power BI. NOTA (20%).
18/06	Semana de estudos para o exame final
25/06	EXAME FINAL (Todo o conteúdo do semestre)



Documento assinado eletronicamente por **DANIELLE MANTOVANI LUCENA DA SILVA**, **PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 21/01/2025, às 09:26, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7434874** e o código CRC **9D976DA8**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE

Coordenação do Curso de ou Departamento
de ___ Administração Geral

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Administração de Sistemas de Informação		Código: SA-051					
Natureza: <input checked="" type="checkbox"/> Obrigatória <input type="checkbox"/> Optativa		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral Modular <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/>					
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: <input type="checkbox"/> Totalmente Presencial <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Totalmente EAD <input type="checkbox"/> Parcialmente EAD: 44 _____ *CH					
CH Total:	60h						
CH Semanal:	4h						
Prática como Componente Curricular (PCC):		Laboratório (LB):	Campo (CP):	Estágio (ES):	Orientada (OR):	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):
Atividade Curricular de Extensão (ACE):	Padrão (PD):						

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Teoria geral dos sistemas (TGS) e a Gestão da Informação. Alinhamento estratégico da tecnologia da informação e comunicação (TIC). A qualidade da Informação.– TGS; 3 gestão por processos; 4 arquitetura estratégica de sistemas de informação; 5 hardware, software e netware; 6 bancos de dados; 7 desenvolvimento de projetos de SI; 8 segurança, governança e compliance;; 9 IT sourcing e estratégia de computação em nuvem (dilemas); 10 E-Business e Big data; 11 diagnóstico de aplicação de tecnologia da informação. Gestão da informação e inteligência de negócios e operações. A tomada de Decisões. Dados na tomada de decisão. Tipos de dados, descoberta de conhecimento em base de dados. Inteligência de negócios e tomada de decisão estratégica. Construção e avaliação de modelos preditivos. Aplicações em Administração e Operações.

PROGRAMA

Aula Conteúdo Data

- 01 Apresentação da Disciplina e Disposições Gerais 15/03/25**
- 02 Teoria Geral dos Sistemas 22/03/25**
- 03 Gestão da Informação e processos 29/03/25**
- 04 Alinhamento Estratégico da Tecnologia da Informação (TI) 05/04/25**
- 05 Banco de Dados 12/04/25**
- 06 Prova Bimestral 26/04/25**
- 07 Segurança e Governança 03/05/25**
- 08 Computação em Nuvem 10/05/25**
- 09 BigData 17/05/25**
- 10 Hardware, Software e Netware 24/05/25**
- 11 Análise exploratória e mineração de dados 31/05/25**
- 12 Modelagem e análise preditiva 07/06/25**
- 13 Prova Bimestral 14/06/25**
- 14 Devolutiva Prova 28/05/25**
- 15 Exame Final 12/07/25**

OBJETIVO GERAL

A inserção desta disciplina no curso tem como pilar a discussão em profundidade sobre a importância da tecnologia da informação (TI) nas decisões estratégicas. Pretende-se capacitar o Administrador para que possa avaliar sistemas de informação desde o seu projeto, estruturação e implementação, bem como habilitando-o a gerenciar os elementos envolvidos na sua operação. É enfatizada a importância de se conceber sistemas de informação disponíveis em tempo real, que supram as necessidades de todas as áreas da organização, capazes de apoiar e suportar decisões estratégicas de negócios.

A disciplina tem como objetivos:

- (1) Discutir o papel da TI na consecução dos objetivos organizacionais, aprofundando a análise sobre a sua importância estratégica e estrutural,
- (2) Enfatizar a convergência entre tecnologias emergentes, seus desdobramentos e alterações provocadas nas estruturas organizacionais.

OBJETIVO ESPECÍFICO

No final deste curso, o aluno o aluno será capaz de:

- Compreender o papel dos sistemas na organização;
- Entender a aplicação da tecnologia da informação como suporte a gestão organizacional
- Conhecer as principais tecnologias digitais e virtuais
- Participar ativamente como Administrador no Desenvolvimento de Sistemas de Informação

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

Aulas expositivas e dialogadas

uso de recursos tecnológicos como a plataforma Teams

Uso do quadro branco para explicações

Trabalhos em equipe e apresentações

FORMAS DE AVALIAÇÃO

Tipo de Avaliação	Pontuação	Crterios de Avaliação	Peso da atividade na frequêcia semestral
		ATIVIDADE EM EQUIPE	20%
		PROVA SEMESTRAL PRESENCIAL I	40%
		PROVA SEMESTRAL PRESENCIAL II	40%

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

- KUHN, M.; KJELL, J. Applied predictive modelling. New York: Springer, 2013.
Disponível em:
https://discovered.ed.ac.uk/permalink/44UOE_INST/7g3mt6/alma9921652483502466
- LAUDON, K.; LAUDON, J. Sistemas de informação gerenciais. 11.ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2014.
- RAZZOLINI FILHO, Edelvino: Introdução à gestão da informação: a informação para organizações do século XXI. Curitiba: Juruá, 2020.
- ROSSINI, M.A.; PALMISANO. Administração de sistemas de informação e a gestão do conhecimento. 2.ed. São Paulo: Cengage Learning, 2016.(disponível no minha biblioteca)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

- BRAMER, M. Principles of Data Mining. Springer, 2016.**
- PEARLSON, K.; SAUNDERS, C. Managing and using information systems: a strategic approach. 6.ed. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2016.**
- RAINER, R.K.; PRINCE, B.; WATSON, H.J. Management Information Systems: moving business forward. 3.ed. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2015.**
- ROLLINGS, J. B. Foundational methodology for data science. IBM white paper. Disponível em: <https://www.ibm.com/downloads/cas/B1WQ0GM2>**
- SILVA, L. A., PERES, S. M., BOSCARIOLI, C. Introdução a mineração de dados com aplicações em R. Rio de Janeiro, Elsevier, 2016**



Documento assinado eletronicamente por **PERICLES JOSE PIRES, PROFESSOR 3 GRAU**, em 21/01/2025, às 16:44, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7437176** e o código CRC **A9D34C74**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
 UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
 SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS
 APLICADAS _____

Coordenação do Curso de ou Departamento de
 ADMINISTRAÇÃO GERAL _____

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Gestão da Informação e Inteligência de Negócios		Código: SAOP17EAD					
Natureza: <input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Optativa		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral Modular <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/>					
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: <input type="checkbox"/> Totalmente Presencial <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Totalmente EAD <input type="checkbox"/> Parcialmente EAD: _____ 44 _____ *CH					
CH Total:	60						
CH Semanal:	4						
Prática como Componente Curricular (PCC):		Laboratório (LB):	Campo (CP):	Estágio (ES):	Orientada (OR):	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):
Atividade Curricular de Extensão (ACE):	Padrão (PD): 60						

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Teoria geral dos sistemas (TGS) e a Gestão da Informação. Alinhamento estratégico da tecnologia da informação e comunicação (TIC). A qualidade da Informação.– TGS; 3 gestão por processos; 4 arquitetura estratégica de sistemas de informação; 5 hardware, software e netware; 6 bancos de dados; 7 desenvolvimento de projetos de SI; 8 segurança, governança e compliance;; 9 IT sourcing e estratégia de computação em nuvem (dilemas); 10 E-Business e Big data; 11 diagnóstico de aplicação de tecnologia da informação.

Gestão da informação e inteligência de negócios e operações. A tomada de Decisões. Dados na tomada de decisão. Tipos de dados, descoberta de conhecimento em base de dados. Inteligência de negócios e tomada de decisão estratégica. Construção e avaliação de modelos preditivos. Aplicações em Administração e Operações.

PROGRAMA

MODALIDADE AULA/UNIDADE CARGA HORÁRIA

PROGRAMAÇÃO PRESENCIAL AULA PRESENCIAL (Apresentação de atividade em equipe presencial) Datas 15 e 22/03/25 (8h00) 8h

PROVA SEMESTRAL PRESENCIAL I (12/04) 4h

APRESENTAÇÃO DE TRABALHO PRESENCIAL II (14/06) 4h

EXAME FINAL PRESENCIAL (12/07) 4h

Unidade 1. CONCEITOS

BÁSICOS E ANÁLISE EXPLORATÓRIA 1.1 Introdução à Sistemas de Informação, Gestão da Informação e a Inteligência. 12h

1.2 Sistemas de Informação (hardware, software, bancos de dados, comunicações) 12h

Unidade 2.

MODELAGEM E ANÁLISE DE DADOS 2.1 Análise exploratória e mineração de dados 8h

2.2 Modelagem e análise preditiva 4h

2.4 Aplicações 4h

TOTAL 60h

OBJETIVO GERAL

A disciplina tem como objetivos:

- (1) Discutir o papel da TI na consecução dos objetivos organizacionais, aprofundando a análise sobre a sua importância estratégica e estrutural,
- (2) Enfatizar a convergência entre tecnologias emergentes, seus desdobramentos e alterações provocadas nas estruturas organizacionais.

OBJETIVO ESPECÍFICO

No final deste curso, o aluno o aluno será capaz de:

- Compreender o papel dos sistemas na organização;
- Entender a aplicação da tecnologia da informação como suporte a gestão organizacional
- Conhecer as principais tecnologias digitais e virtuais
- Desenvolver projetos de análise de dados

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS PARA O DESENVOLVIMENTO DA DISCIPLINA

- a) sistema de comunicação: No âmbito desta disciplina o canal de comunicação será o MICROSOFT TEAMS e as AULAS PRESENCIAIS. Por meio destes sistemas de comunicação cada estudante receberá retorno sobre o seu desempenho, bem como orientações e trocas de informações relativas aos conteúdos abordados e atividades a serem desenvolvidas na disciplina.
- b) material didático específico: Os materiais didáticos serão utilizados pelo aluno para a consecução dos objetivos da disciplina. Tais materiais serão diversificados e terão origem de distintas fontes, a saber:
1. Guia da disciplina: material didático elaborado pelo professor.
 2. Videoaulas: serão produzidas pelo professor a fim de proporcionar um panorama geral acerca de cada tema estudado.
 3. Disponibilização de Links externos: de vídeos ou de reportagens relacionadas com o tema de cada aula.
 4. Artigos acadêmicos.
 5. Livros da bibliografia básica.
- c) infra-estrutura de suporte tecnológico, científico e instrumental à disciplina: o DAGA/UFPR possui laboratório de informática e internet sem fio para os estudantes que eventualmente não tenham acesso de outra forma; a PRAE/UFPR tem um programa de empréstimo de computadores e acesso à internet para estudantes de baixa renda; por meio da internet o aluno poderá acessar os conteúdos, a plataforma TEAMS e os materiais de apoio.
- d) previsão de período de ambientação dos recursos tecnológicos a serem utilizados pelos discentes: A segunda semana da disciplina será dedicada ao primeiro encontro presencial para apresentação da disciplina e também para ambientação com os recursos tecnológicos a serem utilizados.
- e) identificação do controle de frequência das atividades: O controle de frequência é aferido pela resolução das atividades indicadas pelo professor. Assim, a disciplina contará com atividades específicas a serem desenvolvidas pelos alunos, e conseqüentemente, cada atividade terá uma carga horária de frequência. Vale ressaltar que apenas o ACESSO a plataforma não será contabilizado como frequência. Também haverá controle de frequência nos momentos presenciais.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

ATIVIDADE EM EQUIPE 20%

PROVA SEMESTRAL PRESENCIAL I 40%

APRESENTAÇÃO DE TRABALHO PRESENCIAL II EM EQUIPE 40%

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

KUHN, M.; KJELL, J. Applied predictive modelling. New York: Springer, 2013.
Disponível em:

https://discovered.ed.ac.uk/permalink/44UOE_INST/7g3mt6/alma9921652483502466

LAUDON, K.; LAUDON, J. Sistemas de informação gerenciais. 11.ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2014.

RAZZOLINI FILHO, Edelvino: Introdução à gestão da informação: a informação para organizações do século XXI. Curitiba: Juruá, 2020.

ROSSINI, M.A.; PALMISANO. Administração de sistemas de informação e a gestão do conhecimento. 2.ed. São Paulo: Cengage Learning, 2016.(disponível no minha biblioteca)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

BRAMER, M. Principles of Data Mining. Springer, 2016.

PEARLSON, K.; SAUNDERS, C. Managing and using information systems: a strategic approach. 6.ed. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2016.

RAINER, R.K.; PRINCE, B.; WATSON, H.J. Management Information Systems: moving business forward. 3.ed. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2015.

ROLLINGS, J. B. Foundational methodology for data science. IBM white paper. Disponível em: <https://www.ibm.com/downloads/cas/B1WQ0GM2>

SILVA, L. A., PERES, S. M., BOSCARIOLI, C. Introdução a mineração de dados com aplicações em R. Rio de Janeiro, Elsevier, 2016.



Documento assinado eletronicamente por **PERICLES JOSE PIRES, PROFESSOR 3 GRAU**, em 21/01/2025, às 17:02, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7437276** e o código CRC **30B2B1D8**.

FICHA 2 - PLANO DE ENSINO

CÓDIGO: HSS101	DISCIPLINA: SOCIOLOGIA E ORGANIZAÇÕES				TURMA: N1	
NATUREZA: Obrigatória			MODALIDADE: Presencial			
CH TOTAL: 60h			CH Prática como Componente Curricular (PCC): 0h		CH Atividade Curricular de Extensão (ACE): 0h	
Padrão (PD): 60h	Laboratório (LB): 0h	Campo (CP): 0h	Orientada (OR): 0h	Estágio (ES): 0h	Prática Específica (PE): 0h	Estágio de Formação Pedagógica (EFP): 0h
FICHA 2 PREENCHIDA PELO DOCENTE: ALEXANDRO DANTAS TRINDADE						

Criação: 3/12/2024

Modificação: 3/12/2024

EMENTA

Análise das categorias sociológicas fundamentais, segundo a teoria clássica e contemporânea. Mudanças atuais no trabalho, nas relações de trabalho e novas formas de sociabilidade; Relações de poder nas organizações e associações; Política, sociedade e democracia; Análises sobre o Brasil contemporâneo. Temas transversais: Educação Ambiental; História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena; Direitos Humanos.

PROGRAMA

Esta disciplina visa apresentar as principais perspectivas teóricas, epistemológicas e metodológicas ao longo do processo de formação e consolidação da Sociologia. Ela terá um caráter necessariamente panorâmico e sócio-histórico, tendo como premissa básica uma introdução ao universo conceitual e à linguagem da Sociologia.

Nesse sentido serão abordados conceitos e a atualidade de autores como Emile Durkheim, Max Weber, Georg Simmel, Karl Marx, Karl Mannheim, Florestan Fernandes, dentre outros e outras.

Propomos também uma contextualização histórica e social da produção e circulação das ideias sociológicas, do pensamento social e das formulações políticas correlatas e derivadas dessas distintas formas de pensar as grandes transformações sociais ocorridas ao longo dos cerca de duzentos anos de história das Ciências Sociais, em particular da Sociologia.

Dentre os principais temas, elencamos as formas de organização e de dominação; a burocracia; os conceitos de modernidade e de modernização, a ação social, bem como a chamada “sociologia do conhecimento”, tanto como tema como também como orientação epistemológica.

Pretendemos também apresentar algumas das principais reflexões do pensamento social e do pensamento sociológico desenvolvidas no Brasil, em paralelo com as teorias circuladas internacionalmente.



OBJETIVO GERAL

Não disponível

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Não disponível

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

- a) **As aulas serão realizadas de forma presencial**
- b) **Sistema de comunicação:** será utilizado o Microsoft Teams para a comunicação à distância, atividades domiciliares e exames. Toda a comunicação professor e aluno deverá ser realizada através do respectivo programa citado (excepcionalmente os comunicados coletivos e individuais serão dirigidos aos e-mails e pelo sistema SIGA).
- c) **Material didático** para as atividades de ensino: todo o material didático necessário será disponibilizado pelo programa Microsoft Teams, alguns no início do curso e outros durante o curso de acordo com diálogos em sala de aula e previamente acordados com a turma.
- d) **Infraestrutura tecnológico, científico e instrumental** necessário à disciplina: caderno para anotações dos debates em sala de aula, equipamento para leitura de documentos digitalizados (computador, tablet ou similar) ou impressão dos mesmos; acesso à internet para acompanhamento dos comunicados, envio de trabalhos.
- e) Há previsão de um período de **ambientação para uso dos recursos tecnológicos**, compreendendo as duas primeiras semanas de aula.
- f) A identificação do **controle de frequência** das atividades será realizada através de chamada no início das aulas.

FORMAS DE AVALIACAO

- g) **Sistema de avaliação:** duas provas (AVALIAÇÃO 1 e 2) durante o curso, cada uma valendo 10 pontos; trabalho no formato de seminário para apresentação em sala de aula, valendo 20 pontos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- ANTUNES, R. Os sentidos do trabalho – ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. São Paulo: Boitempo, 2005.
- ANTUNES, Ricardo. Adeus ao trabalho? - ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho. CAMPINAS: Ed. da Universidade Estadual de Campinas, 1995.



- BOLTANSKI, Luc & CHIAPELLO, Eve. O Novo Espírito do Capitalismo. São Paulo: Martins Fontes, 2009.
- BRAVERMAN, H. Trabalho e capital monopolista. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.
- DARDOT, Pierre & LAVAL, Christian. A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016. Capítulo 1: Crise do liberalismo e nascimento do neoliberalismo, pp. 37-70
- DURKHEIM, E. In Fernandes, F. (org.). (1981). Durkheim. São Paulo: Ática. Coleção Grandes Cientistas Sociais, vol. 1, pp.73-96.
- DURKHEIM, Émile. As regras do método sociológico. São Paulo: Martins Fontes, 1999, pp. 1-48.
- DURKHEIM, Émile. Da divisão do trabalho social. In: Os pensadores. Volume XXXIII. São Paulo: Abril Cultural, 1973, pp. 303-72
- ENGELS, F. A situação da classe trabalhadora na Inglaterra. São Paulo: Boitempo, 2008.
- ESTEVA, G. Desenvolvimento; In: SACHS, W. (org). Dicionário do Desenvolvimento: guia para o conhecimento como poder. Editora Vozes, 2000.
- HIRSCHMAN, Albert O. Auto-subversão - teorias consagradas em xeque. S. Paulo, Cia. das Letras: 1996. (Caps. 3, 12, 19, 20).
- MARX, Karl. [1859]: Contribuição à crítica da economia política, Prefácio, p. 45-50; b) O método da economia política (p. 257-272). São Paulo: Editora Expressão Popular, 2008, 2a ed. (disponível on-line)
- MARX, Karl. Manifesto Comunista. Rio de Janeiro: Garamond, 1998.
- SENNETT, R. A corrosão do caráter – consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo. São Paulo: Record, 1999.
- SIMMEL, G. 2005 [1903]. "As grandes cidades e a vida do espírito". In: Mana. Estudos de Antropologia Social, 11(2):577-591.
- SIMMEL, G. O dinheiro na cultura moderna (1896). In: SOUZA, Jessé e ÖELZE, Berthold. Simmel e a modernidade. Brasília: UnB. 1998. p. 23-40.
- THOMPSON, E. P. Costumes em comum. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.
- WEBER, M. "Conceitos sociológicos fundamentais", in Economia e Sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva. Brasília: UNB, 2014 (1922), pp. 3-35
- WEBER, M. Capitalismo e sociedade rural na Alemanha. In WEBER, M. Ensaios de sociologia. Rio de Janeiro: Zahar, 1982, pp. 413-437.
- WEBER, M. Economia e sociedade. Vol. 2. Brasília: Editora UNB, 2015.
- WEBER, Max. A ética protestante e o "espírito" do capitalismo. São Paulo: Companhia das Letras, 2004

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- ALMEIDA, S. Racismo Estrutural. Editora Jandira, 2021.
- ALVES, Rubem. Ciências, coisa boa... IN: MARCELLINO, Nelson C. Introdução às Ciências Sociais. SÃO PAULO: Papyrus, 1991. 9-16



- ANTUNES, R. Os sentidos do trabalho – ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. São Paulo: Boitempo, 2005.
- ANTUNES, Ricardo. Adeus ao trabalho? - ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho. CAMPINAS: Ed. da Universidade Estadual de Campinas, 1995.
- BOLTANSKI, Luc & CHIAPELLO, Eve. O Novo Espírito do Capitalismo. São Paulo: Martins Fontes, 2009.
- BRAVERMAN, H. Trabalho e capital monopolista. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.
- COMTE, A. Discurso sobre o espírito positivo. São Paulo: Martins Fontes, 1990
- DARDOT, Pierre & LAVAL, Christian. A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016. Capítulo 1: Crise do liberalismo e nascimento do neoliberalismo, pp. 37-70
- DURKHEIM, E. In Fernandes, F. (org.). (1981). Durkheim. São Paulo: Ática. Coleção Grandes Cientistas Sociais, vol. 1, pp.73-96.
- DURKHEIM, Émile. As regras do método sociológico. São Paulo: Martins Fontes, 1999, pp. 1-48.
- DURKHEIM, Émile. Da divisão do trabalho social. In: Os pensadores. Volume XXXIII. São Paulo: Abril Cultural, 1973, pp. 303-72
- ENGELS, F. A situação da classe trabalhadora na Inglaterra. São Paulo: Boitempo, 2008.
- ESTEVA, G. Desenvolvimento; In: SACHS, W. (org). Dicionário do Desenvolvimento: guia para o conhecimento como poder. Editora Vozes, 2000.
- HIRSCHMAN, Albert O. Auto-subversão - teorias consagradas em xeque. S. Paulo, Cia. das Letras: 1996. (Caps. 3, 12, 19, 20).
- MARX, Karl. [1859]: Contribuição à crítica da economia política, Prefácio, p. 45-50; b) O método da economia política (p. 257-272). São Paulo: Editora Expressão Popular, 2008, 2a ed. (disponível on-line)
- MARX, Karl. Manifesto Comunista. Rio de Janeiro: Garamond, 1998.
- SENNETT, R. A corrosão do caráter – consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo. São Paulo: Record, 1999.
- SIMMEL, G. 2005 [1903]. "As grandes cidades e a vida do espírito". In: Mana. Estudos de Antropologia Social, 11(2):577-591.
- SIMMEL, G. O dinheiro na cultura moderna (1896). In: SOUZA, Jessé e ÖELZE, Berthold. Simmel e a modernidade. Brasília: UnB. 1998. p. 23-40.
- THOMPSON, E. P. Costumes em comum. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.
- WEBER, M. "Conceitos sociológicos fundamentais", in Economia e Sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva. Brasília: UNB, 2014 (1922), pp. 3-35
- WEBER, M. Capitalismo e sociedade rural na Alemanha. In WEBER, M. Ensaio de sociologia. Rio de Janeiro: Zahar, 1982, pp. 413-437.
- WEBER, M. Economia e sociedade. Vol. 2. Brasília: Editora UNB, 2015.
- WEBER, Max. A ética protestante e o "espírito" do capitalismo. São Paulo: Companhia das Letras, 2004





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
 UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
 SETOR DE

Coordenação do Curso de ou Departamento de _____

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Logística				Código: SAOB19			
Natureza: <input checked="" type="checkbox"/> Obrigatória <input type="checkbox"/> Optativa		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral Modular		<input type="checkbox"/> Anual		<input type="checkbox"/>	
Pré-requisito:	Co-requisito:		Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Totalmente Presencial <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Totalmente EAD <input type="checkbox"/> Parcialmente EAD: _____ *CH				
CH Total: 60 CH Semanal: 04 Prática como Componente Curricular (PCC): Atividade Curricular de Extensão (ACE): 0	Padrão (PD): 45	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 15	Prática Específica (PE): 0	Estágio de Formação Pedagógica (EFP): 0

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Visão geral da Logística. A Cadeia de Suprimentos e Distribuição. Logística Integrada. Serviço ao cliente. Relacionamentos na Cadeia de Suprimentos. Processamento de Pedidos. Gerenciamento de Estoques. Estratégias e métodos de controle de estoques. Fundamentos dos Sistemas de Transporte. Estratégias de Transporte. Decisões de Transporte. Localização de Instalações. Estratégias e métodos de decisão de localização.

PROGRAMA

1. Revisão sobre Logística Integrada
 - 1.1. Definições
 - 1.2. Importância da logística
 - 1.3. Estratégias e objetivos

2. Serviço ao Cliente
 - 2.1. Definições
 - 2.2. Tempo de ciclo do pedido
 - 2.3. Vendas e serviços
 - 2.4. Atendimento ao pedido perfeito
 - 2.5. Mensuração de serviços

3. Processamento de Pedidos
 - 3.1. Definições
 - 3.2. Fatores que afetam o tempo de processamento de pedido
 - 3.3. Sistemas de informação

4. Gestão de estoques.
 - 4.1 Definições e objetivos;
 - 4.2 Tipos de estoques
 - 4.3 Funções: Classificação, padronização, Especificação e codificação;
 - 4.4 Método de Análise ABC;
 - 4.5 Custos de estoques;
 - 4.6 Modelos de administração e controle de estoques.

5. Compras
 - 4.1 Importância do sistema compras;
 - 4.2 Estratégias e avaliação do processo de compras;
 - 4.3 Negociação;
 - 4.4 Licitação;
 - 4.5 Fornecedores (Desenvolvimento de fornecedores e terceirização);
 - 4.6 Avaliação e controle do sistema de compras.

5. Fundamentos e Decisões Sobre Transporte
 - 5.1. Tipos
 - 5.2. Gerenciamento do sistema de transporte
 - 5.3. Análise de modais
 - 5.4. Roteirização
 - 5.5. Consolidação de fretes

6. Localização das instalações
 - 6.1. Classificação
 - 6.2. Instalação única
 - 6.3. Instalação múltiplas
 - 6.4. Localização de varejo/serviços

OBJETIVO GERAL

A disciplina visa a capacitação de alunos ao planejamento, operação e avaliação logística integrada.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Capacitar os alunos ao planejamento de sistemas logísticos. Capacitar os alunos na operação da cadeia de suprimentos e distribuição. Capacitar os alunos na gestão de serviço ao cliente para operação da cadeia de suprimentos e distribuição. Capacitar os alunos na gestão do processamento de pedidos.

Capacitar os alunos na gestão do sistema de transporte e nas estratégias associadas. Capacitar os alunos na tomada de decisão em relação a localização de instalações. Capacitar os alunos na gestão e no projeto de gestão de estoques e compras.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

Adota-se a metodologia do aprendizado orientado ao problema. São apresentados problemas semelhantes àqueles do cotidiano do administrador que devem ser solucionados a partir do conteúdo da disciplina.

A disciplina será desenvolvida mediante aulas expositivas, quando serão apresentados os conteúdos curriculares teóricos. A disciplina será norteadas por trabalhos práticos envolvendo cada item do programa da disciplina. A plataforma de comunicação remota, disponibilização de arquivos, troca de mensagens e outros, será o TEAMS da Microsoft. As aulas para exposição de conteúdo teórico, resolução de exercícios, apresentação dos trabalhos e dúvidas ocorrerão às **sextas-feiras durante a aula**.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A nota da disciplina é um valor composto pela média ponderada das 2 (duas) provas e trabalhos que podem variar de 0 (zero) a 100 (cem) pontos percentuais. O conteúdo e formato destas avaliações e a fórmula para cálculo da nota será apresentada pelo professor responsável pela disciplina na primeira aula da disciplina.

A nota semestral da disciplina será composta da seguinte maneira:

1. Avaliação 01 - Prova Individual – 30% do total
2. Avaliação 02 – Prova Individual – 30% do total
3. Trabalhos/semiários (composto por entregas parciais e entrega final) – 40% do total

A média semestral do aluno resultará do somatório das provas individuais e do projeto em equipe, conforme pesos informados. Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado. Se estiver entre 40 e 69, o aluno deverá fazer o Exame Final. Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o aluno estará reprovado. A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

[1] BALLOU, Ronald H. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos/Logística empresarial**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

[2] BOWERSOX, Donald J.; CLOSS, David J., Cooper, M. Bixby. **Gestão Logística de Cadeias de Suprimentos**. Porto Alegre: Bookman, 2006.

[3] Notas de aula da disciplina de Logística de Distribuição. Mauro Lizot .

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

[1] DORNIER, Philippe-Pierre; ERNST, Ricardo; FENDER, Michel; KOUVELIS, Panos. **Logística e operações globais**. São Paulo: Atlas, 2000.

[2] FLEURY, Paulo Fernando; WANKE, Peter; FIGUEIREDO, Kleber Fossati. **Logística empresarial**. São Paulo: Atlas, 2000.

[3] GAITHER, Norman; FRAZIER, Greg. **Administração da produção e operações**. São Paulo: Pioneira, 2001.

[4] NOVAES, A.G. et alli. **Gerenciamento de transportes e frotas**. São Paulo: Pioneira, 1997.

[5] NOVAES, A. G.; ALVARENGA, A. C. **Logística aplicada: suprimento e distribuição física**. 2. ed. São Paulo: Pioneira.

CRONOGRAMA DE AULAS

SEMANA	CONTEÚDO PROGRAMÁTICO
1	Apresentação do plano de aula, objetivos da disciplina, metodologia para sala de aula e avaliações. Introdução a Logística de Distribuição. Revisão sobre Logística Integrada. Definições. O produto da cadeia de suprimentos. Importância da Logística.
2	Serviço ao cliente. Processamento de pedidos.
3	Gestão de estoques
4	Gestão de estoques. Compras.
5	Custos associados a transporte. Redes de transportes. Consolidação de fretes. Custos associados a transporte.
6	Custos associados a transportes.
7	Avaliação 01

8	Métodos de roteirização.
9	Métodos de roteirização.
10	Decisões de localização das instalações considerando custos de transporte e estoque.
11	Decisões de localização das instalações considerando custos de transporte e estoque.
12	Localização de varejos e serviços.
13	Localização de varejos e serviços.
14	Avaliação 2
15	Exame Final



Documento assinado eletronicamente por **MAURO LIZOT, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 24/01/2025, às 10:08, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7444325** e o código CRC **C7AEC000**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
 UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
 SETOR DE _____

Coordenação do Curso de ou Departamento
 de _____

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Administração de Projetos						Código: SA073	
Natureza: (x) Obrigatória () Optativa		(x) Semestral Modular () Anual ()					
Pré-requisito:	Co-requisito:		Modalidade: (x) Totalmente Presencial () Totalmente EAD () Parcialmente EAD: _____ *CH				
CH Total:60 CH Semanal: 4 Prática como Componente Curricular (PCC): 0 Atividade Curricular de Extensão (ACE):0	Padrão (PD): 45	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR):15	Prática Específica (PE): 0	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):0

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Conceito de Projetos e Administração de Projetos, Incerteza e Complexidade em Projetos, Programa, Projetos e Subprojetos, Projetos e a Estrutura Organizacional, O Gerente de Projetos, Metodologias para a Administração de Projetos, Certificação em Gestão de Projetos, Gestão da Integração em Projetos, Gestão do Escopo e da Qualidade do Projeto, Gestão do Prazo do Projeto, Gestão de Custos do Projeto, Gestão de Riscos do Projeto, Gestão de Aquisições em Projetos, Gestão da Comunicação em Projetos e Gestão de Recursos Humanos do Projeto e Gestão dos Stakeholders de um Projeto.

PROGRAMA

1. Introdução à Administração de Projetos

- Definição de Projeto
- Incerteza na Gestão de Projetos
- Complexidade • Abordagem de Projetos
- Programa, projetos e subprojetos
- Produtos de um Projeto

2. Metodologias em Gestão de Projetos e Certificações em Administração de Projetos

- Estrutura do PMBOK e processo de Administração de Projetos
- Roteiro prático para a administração de projeto
- Metodologia SCRUM
- Metodologia Prince 2
- Certificações em Gerenciamento de Projetos

3. Gestão da Integração em Projetos

- O ciclo de vida de um projeto
 - Processos das áreas de conhecimento de um projeto x fases do ciclo de vida •
Elaboração de um charter de um projeto
- O plano de gerenciamento do projeto

4. Gerenciamento de Escopo e da Qualidade em Projetos

- Produto e necessidade
- Clientes
- Apresentando objetivos do Projeto
- Gerenciamento do Escopo
- Estrutura Analítica de Projetos – WBS
- Declaração de escopo de projetos
- Gerenciamento da Qualidade na Administração de Projetos
- Especificações técnicas e funcionais do produto de um projeto
- Planejamento, Garantia e Controle da Qualidade em Projetos

5. Gerenciamento de Cronograma de um Projeto

- Definição de Atividades
- Estimativa das durações
- Sequenciamento

- Como desenhar um cronograma
- Planejamento de Redes e Caminho Crítico
- Método Pert-CPM

6. Gerenciamento de Custos de um Projeto

- Previsão de recursos e orçamento
- Custeio e precificação
- Cronograma físico-financeiro de um Projeto
- Cost base line de um projeto
- Análise do valor agregado

7. Gerenciamento de Riscos em Projetos

- Identificação de Riscos em um Projeto
- Estrutura analítica de riscos
- Análise qualitativa de riscos
- Análise quantitativa de riscos
- Matriz Probabilidade x Impacto
- Planos de Mitigação

8. Gerenciamento de Aquisições em Projetos

- A importância de compras em projetos
- O processo de compras
- Escolha de fornecedores em projetos
- O contrato de aquisições em projetos
- Avaliação de fornecedores/ contratos em projetos

9. Gerenciamento de Stakeholders e da Comunicação em Projetos

- Identificação, planejamento e engajamento das partes interessadas em um projeto •
- Planejamento, gerenciamento e controle das comunicações de um projeto

10. Estrutura Organizacional em Projetos

- Organização funcional e a organização do projeto
- Organização da equipe
- Posicionamento da Organização do projeto
- Estruturas para projetos múltiplos
- Responsabilidades e Autoridades

11. Gerenciamento de Equipe em Projetos

- Tipos de equipes
- Fatores críticos de desempenho

- Desafios do trabalho em equipe
- Desenvolvimento da equipe

12. Papel do Gerente de Projetos, Autoridade e Competência em Administração de Projetos

- Tipos de perfil para o gerente de projetos
- O cargo do gerente de projetos na organização
- Responsabilidades e Papéis do Gerente de Projetos
- Certificação em gerenciamento de projetos
- Tipos de autoridade em gestão de projetos
- Competências gerenciais para a administração de projetos

OBJETIVO GERAL

Oferecer o conteúdo necessário para preparar o graduando em Administração para atuar no gerenciamento de projetos.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Reconhecer as oportunidades e condições para a proposta de projetos; entender o ambiente de projetos; definir os objetivos e o escopo de projetos; planejar projetos; detalhar os insumos e os produtos de projetos; controlar o andamento de projetos; documentar e comunicar os resultados de projetos; avaliar os resultados de projetos; finalizar e apresentar projetos. Capacitar-se para atuar como Gerente de Projetos.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

Aulas Expositivas no formato Presencial
Resolução de Exercícios
Análise de Casos Grupos
de Discussão
Repositório de Materiais
de Aula na Plataforma
Teams

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A nota final será computada com base nos itens:

- 30% Avaliação 01, provas individuais escritas valendo de 0-100
- 30% Avaliação 02, provas individuais escritas valendo de 0-100
- 40% Seminários, exercícios e outras atividades valendo de 0-100

A média semestral do aluno resultará do somatório das atividades individuais e em equipe, e da notas das provas. Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado. Se estiver entre 40 e 69, o aluno deverá fazer o Exame Final. Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o aluno estará reprovado. A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

PMI PMBoK. **Um guia do Conhecimento em Gerenciamento de Projetos** . 6ª. PMI: Newton Square, Pensilvânia, EUA, 2017

MAXIMINIANO, A. C. A. **Administração de projetos**. São Paulo: Atlas, 5ª. Edição, 2014.

KEZNER, H. **Gerenciamento de Projetos: Uma abordagem sistêmica para o planejamento, programação e controle**. 10ª ed. São Paulo: Blucher, 2015.

CANDIDO, R. **Gerenciamento de Projetos**. Curitiba: Aymarã,, 2012.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

KERZNER, H. **Project management: a systems approach to planning, scheduling and controlling** – 8. ed. New York: Van Nostrand Reinhold, 2003.

KERZNER, H. **Gestão de projetos**. São Paulo: Bookman, 2000.

CLEMENTE, A. (org.) **Projetos empresariais e públicos**. São Paulo: Atlas, 1997.

MEREDITH, J. R.; MANTEL, S. J. **Project management: a managerial approach**. New York, Wiley, 2000.

SANTOS, J.A; CARVALHO, H.G. **Referencial brasileiro de competências em gerenciamento de projetos**. Curitiba: ABPG, 2005.

VALERIANO, D. **Gerência em projetos**. Makron, Rio de Janeiro, 1998.

VALERIANO, D. **Gerenciamento estratégico e administração por projetos**. Makron, Rio de Janeiro, 2001.

VERZUH, E. **MBA compacto: gestão de projetos**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

CRONOGRAMA DETALHADO

Semana	Assunto
--------	---------

Aula 01	Introdução a Gestão de Projetos
Aula 02	Introdução a Gestão de Projetos, apresentação Ficha 2
Aula 03	Gerenciamento da Integração em Projetos e Charter em Gestão de Projetos; Trabalho em sala.
Aula 04	Definição do Produto na Administração de Projeto; Trabalho em sala.
Aula 05	Gerenciamento de Cronograma e Orçamento; Trabalho em sala.
Aula 06	Revisão geral do conteúdo
Aula 07	Avaliação P1
Aula 08	Correção da avaliação e organização dos seminários_Virtual
Aula 09	Gerenciamento de Custos em Projetos; Trabalho em sala.
Aula 10	Gerenciamento de Aquisições em Projetos; Trabalho em sala.
Aula 11	Gerenciamento de Riscos em Projetos; Trabalho em sala.
Aula 12	Estrutura Organizacional em Projetos e Gerenciamento de Equipe em Projetos; Papel do Gerente de Projetos, Autoridade e Competência em Administração de Projetos; Seminários.
Aula 13	Seminários
Aula 14	Avaliação P2
Aula 15	Exames Finais



Documento assinado eletronicamente por **MAURO LIZOT, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 24/01/2025, às 10:16, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7444396** e o código CRC **62FA6FE5**.



Ministério da Educação
Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Departamento de Administração Geral e Aplicada
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

FICHA No 2 SAOB04 – Sextas Feiras

Disciplina: Comunicação Integrada de Marketing		Código: SAOB04
Natureza: (x) obrigatória () optativa	Semestral (X) Anual () Modular ()	
Pré-requisito: nenhum	Co-requisito: nenhum	
Modalidade: (x) Presencial () 100% EaD () Parcialmente EaD ___*C.H		
CH Total: 60h Prática como Componente Curricular (PCC): 00 CH semanal: 4h	Padrão (PD): 45h total/3h semanal	
	Laboratório (LB): 00	
	Campo (CP): 00	
	Estágio (ES): 00	
	Orientada (OR): 15h total/1h semanal	
	Prática Específica (PE): 00	
	Estágio de Formação Pedagógica (EFP): 00	
Responsável	Profa. Mariana de Freitas Coelho	
Contato	marifcoelho@ufpr.br	
EMENTA		
<p>O papel da CIM no processo de Marketing. O processo de Comunicação. Mix de Comunicação. Planejamento de CIM. Desenvolvimento do Programa de Comunicação Integrada de Marketing. Estratégias Criativas em Comunicação. Recursos de Comunicação. Mídia Digital e Comunicação de Marketing. Ferramentas de CIM. O papel de Agências de Publicidade e Outras Organizações na CIM. Efetividade da Comunicação.</p>		
BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 3 títulos)		
BELCH, G. E., e BELCH, M. E. Propaganda e Promoção : Uma Perspectiva da Comunicação Integrada de Marketing. 9ª edição. São Paulo: Editora AMGH, 2014.		
LONGO, W. Marketing e comunicação na era pós-digital : as regras mudaram. Alta Books, 2018.		
SHIMP, T. A. Propaganda e promoção : aspectos complementares da comunicação integrada de marketing. 7ª edição. São Paulo: Bookman, 2008.		
YANAZE, M. H. Gestão de marketing e comunicação : avanços e aplicações. Saraiva Educação, 2021.		
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 5 títulos)		
CRESCITELLI, E.; SHIMP, T. A.; LEAL, M. M. Comunicação de marketing : integrando propaganda, promoção e outras formas de divulgação. Cengage Learning Edições, 2012.		
KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. Marketing 5.0 —Tecnologia para a Humanidade. Editora Sextante, 2021.		
OGDEN, J. R. Comunicação integrada de marketing : modelo prático para um plano criativo e inovador. Pearson Prentice Hall, 2004.		
ROCHA, M. D. A. Comunicação integrada de marketing . Saraiva Educação SA, 2018.		
SCOTT, D. M. Marketing e comunicação na era digital : fale diretamente com o cliente. São Paulo: Évora, 2015.		
YANAZE, M. H.; FREIRE, O.; SENISE, D. Retorno de investimentos em comunicação : avaliação e mensuração. Difusão Editora, 2013.		
PROGRAMA		
1. Significado e papel da CIM no processo de Marketing : Introdução à comunicação de Marketing; Relação entre o marketing e o CIM		
2. O Processo de Comunicação : Fonte, mensagem e canais; Modelo AIDA; Efeitos para o Consumidor		

- 3. Mix de Comunicação:** Publicidade, Propaganda, Marketing Direto e Promoção de Vendas
- 4. Planejamento de CIM:** Objetivos e Orçamento da Comunicação
- 5. Desenvolvimento do Programa de Comunicação Integrada de Marketing:** Planejamento e desenvolvimento do criativo; Estratégias criativas em publicidade, promoção de vendas, publicidade, patrocínios de eventos; Estratégia Criativa na implementação e avaliação; Planejamento de mídia e decisões de seleção
- 6. Estratégias Criativas em Comunicação:** criatividade, campanhas, identidade e marketing de conteúdo
- 7. Recursos de Comunicação:** humanos, organizacionais e tecnologia
- 8. Mídia Digital e Comunicação:** uso de mídias sociais no processo de comunicação integrada de marketing – mídia própria, mídia ganha e mídia paga
- 9. Ferramentas de CIM:** Propaganda, Venda Pessoal, Marketing Direto, Mobile Marketing, Mídias Sociais, Relações Públicas, Promoção de Vendas e Patrocínios
- 10. O papel de Agências de Publicidade e Outras Organizações na CIM:** Agências, Terceiros, Stakeholders e Parceiros
- 11. Efetividade da Comunicação:** Métricas de Avaliação da Comunicação e Retorno sobre o Investimento

Objetivos

Discutir os conceitos da Comunicação Integrada de Marketing; aplicar ferramentas de promoção de vendas; formular, avaliar e mensurar estratégias de promoção e comunicação de marketing.

Objetivos específicos

Desenvolver competências dos alunos, tais quais:

- **COMPETÊNCIAS HUMANAS (CH):** comunicação, liderança, cooperação, adaptação, ética e respeito
- **COMPETÊNCIAS ANALÍTICO-DECISÓRIAS (CAD):** gestão de recursos, tomada de decisão, conhecimento teórico e prático, reconhecimento de oportunidades e solução de problemas organizacionais e ambientais, realização de diagnóstico e avaliação de impacto, inovação, pensamento lógico e crítico
- **COMPETÊNCIAS LÓGICO-QUANTITATIVAS (CLQ):** reconhecimento, coleta, análise e utilização de dados e ferramentas tecnológicas de apoio à tomada de decisão gerencial; desenvolvimento e aplicação de modelos e sistemas de avaliação

Procedimentos Didáticos

- A disciplina será composta de atividades presenciais (45 horas) e atividades orientadas (15 horas).
- As atividades orientadas deverão ser entregues via plataforma **Teams** e serão compostas por **avaliação e criação de campanhas promocionais**.
- A comunicação será feita via **WhatsApp** da turma, link a ser informado em sala de aula.
- Dentre as atividades propostas estão o uso de livros, artigos, vídeos e material promocional, cases, atividades dialogadas, resenhas e aplicação de ferramentas para análise e criação de campanhas de marketing.

Formas de Avaliação:

A avaliação depende da nota e frequência do aluno.

A nota semestral da disciplina será composta da seguinte maneira:

- Atividades em sala de aula ou assíncronas (Atividades Orientadas) = 30 pontos
- Atividades em grupo (Atividades Orientadas – Trabalho Prático) = 40 pontos
- Prova individual = 30 pontos

A média semestral do aluno resultará da soma das atividades individuais e em grupo, e da nota da prova. Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado. Se estiver entre 40 e 69 o aluno deverá fazer o Exame Final. Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o aluno estará reprovado.

Notas sobre o processo de avaliação:

A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h). As atividades para fins de controle de frequência podem ser: atividades presenciais ou atividades orientadas (assíncronas).

Atividades entregues fora do prazo estarão sujeitas a avaliação valendo 50% da nota prevista para a atividade. Por exemplo, nota da atividade A é de 5 pontos, se entregue fora do prazo, valerá 2,5 pontos. Aqueles que apresentarem comprovante de ausência por motivos pertinentes (por exemplo, participação em evento, motivos de saúde e outros) poderão combinar a entrega da atividade com o valor total. Contudo, a falta não será abonada.

De acordo com a resolução, no seu **art. 12 §7º**, fica garantido ao aluno a realização de segunda chamada das avaliações e do exame final. Além disso, no seu **§8º**, mediante prévio e motivado requerimento, a realização de segunda chamada de avaliações e de exame final em data alternativa.

Cronograma

Aula	Dia	Tema da aula e atividades previstas
1.	14/03	Apresentação Disciplina Introdução CIM e Linguagem Corporal
2.	21/03	Comunicação e Marketing Pessoal Endomarketing
3.	28/03	Imagem e Reputação Responsabilidade Social Corporativa, ESG <i>Atividade Orientada 1 – Marketing Pessoal (10 pts)</i>
4.	04/03	Comunicação Integrada de Marketing <i>Atividade Orientada 2 – RSC (5 pontos)</i>
5.	11/04	Mix e Processo de Comunicação <i>Atividade Orientada 3 – Resenha (5pts)</i>
	18/04	FERIADO
6.	25/04	Mix de <i>Comunicação</i> e Comunicação Mercadológica <i>Prova</i>
	02/05	FERIADO
7.	9/05	Mix de Comunicação – planejamento <i>Estruturar trabalho prático</i>
8.	16/05	<i>Trabalho prático – apresentação concepção (15 pts)</i>
9.	23/05	Planejamento e estratégias criativas em comunicação <i>Atividade Orientada 4 – Análise Comunicação (5 pts)</i>
10.	30/05	Marketing e Mídia Digital
11.	06/06	Efetividade de Comunicação <i>Atividade Orientada 5 – Controle e Métricas de Marketing (5 pts)</i>
12.	13/06	Apresentações Finais (25 pts)
	20/06	FERIADO
13.	27/06	<i>Segunda Chamada</i>
14.	4/06	Dúvidas prova e notas
15.	11/07	<i>Exames Finais</i>



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
 UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
 SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Coordenação do Curso de Administração

Ficha 2 (variável)

Disciplina: MARKETING ESTRATÉGICO						Código: SAOB20	
Natureza: (X) Obrigatória () Optativa		(X) Semestral Modular () Anual ()					
Pré-requisito:	Co-requisito:		Modalidade: (x) Totalmente Presencial () Totalmente EAD () Parcialmente EAD: _____ *CH				
CH Total: 60h CH Semanal: 4h Prática como Componente Curricular (PCC): Atividade Curricular de Extensão (ACE):	Padrão (PD): 45h	Laboratório (LB):	Campo (CP):	Estágio (ES):	Orientada (OR): 15h	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Marketing estratégico. Vantagem competitiva. Orientação para o mercado e Valor para o cliente. Informações em marketing. Estratégia de marketing. Processo da estratégia de marketing. Desempenho de marketing. O plano de marketing como instrumento.

PROGRAMA

1. Marketing estratégico: conceito, importância e escopo
2. Vantagem competitiva
3. Orientação para o mercado e Valor para o cliente
4. Coleta e análise de informações em marketing
5. Estratégia de marketing: conceitos e inserção na organização
6. Processo de formulação e Implementação da estratégia de marketing
7. Desempenho de marketing: conceitos e métricas
8. O plano de marketing como instrumento

OBJETIVO GERAL

Transmitir aos estudantes os conceitos centrais de marketing estratégico, destacando a importância orientação para o mercado como elemento essencial da estratégia da empresa, visando à reflexão, análise e discussão para desenvolver e avaliar estratégias de marketing nas organizações.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Desenvolver competências humanas (CH) dos alunos atreladas a:

- comunicação profissional e interpessoal (CH1)
- trabalho em equipes multidisciplinares e multiculturais (CH3)
- reconhecer e aplicar princípios éticos nas relações pessoais, organizacionais e interorganizacionais (CH6)
- reconhecer e respeitar as necessidades e diferenças individuais e sociais (CH7)
- autonomia de aprendizagem, decisão e ação (CH9)

Desenvolver competências analítico-decisórias (CAD) dos alunos atreladas a:

- tomar decisões fundamentadas em conhecimento teórico e prático multi e interdisciplinar (CAD2)
- reconhecer e solucionar problemas organizacionais, mercadológicos e sociais (CAD3)
- avaliar o impacto socioeconômico e ambiental das ações e decisões (CAD4)
- analisar lógica e criticamente os contextos, problemas e oportunidades organizacionais, mercadológicos e sociais (CAD8)

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina será composta de atividades presenciais (45 horas) e atividades orientadas (15 horas). O conteúdo será trabalhado por meio de aulas expositiva dialogadas, estudos de caso, apresentações e discussões por parte dos alunos. Será privilegiada a interação dos alunos por meio da participação nas atividades propostas ao longo do semestre. A proposta da disciplina, bem como o cronograma e avaliações, as referências bibliográficas, os textos e material complementar serão apresentados aos alunos no primeiro dia de aula. As atividades orientadas devem ser entregues na sala virtual da turma na plataforma Teams, no ambiente de tarefa. A comunicação será feita via Plataforma Teams.

Importante: Os livros indicados na bibliografia estão disponíveis no formato digital no site <https://minhabiblioteca.ufpr.br/biblioteca/> E/OU na forma impressa na biblioteca setorial (Setor Sociais Aplicadas – campus Botânico). O estudante terá acesso à Minha Biblioteca Virtual via seu e-mail da UFPR. Materiais e/ou textos complementares serão disponibilizados no decorrer do semestre.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

Os(as) alunos(as) serão avaliados(as) com 2 notas parciais tanto no Bimestre I quanto no Bimestre II. A formação das notas em cada bimestre será composta da seguinte forma.

- Bimestre 1: atividades orientadas individuais e/ou em equipe (30%); prova bimestral (70%)
- Bimestre 2: atividades orientadas individuais e/ou em equipe (40%); prova bimestral (60%).

As propostas e os critérios de avaliação dos trabalhos serão apresentados aos alunos no primeiro encontro da disciplina e serão disponibilizados na sala virtual da turma na Plataforma Teams. O detalhamento e as datas previstas para cada atividade constam no Cronograma o qual está apresentado no item 9 deste documento.

Importante: De acordo com o Art. 94 da Resolução 37/97 CEPE, a aprovação do estudante na disciplina é condicionada à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h). Sendo assim, o aluno deverá apresentar o mínimo de 45 presenças no semestre para aprovação. Salienta-se, no entanto, que a frequência mínima não é a única condição para a aprovação a qual também depende da nota mínima de aprovação (nota 70).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

FERRELL, O. C., HARTLINE, M. D. **Estratégia de marketing: teoria e casos**. Tradução da 6ª ed norteamericana. São Paulo: Cengage Learning, 2016. E-book. ISBN 9788522126637

HOOLEY, G. J., SAUNDERS, J. A., PIERCY, N. F. **Estratégia de marketing e posicionamento competitivo**. 3ª ed. São Paulo: Pearson, 2009.

FARRIS, P. W.; BENDLE, N. T.; PFEIFER, .E.; REIBSTEIN, D.J. **Métricas de marketing**. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2013. E-book. ISBN 9788540701410.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

AAKER, D.A. **Administração estratégica de mercado**. 9ª ed. Porto Alegre: Grupo A, 2012. E-book. ISBN 9788540701588

CESAR DE MADUREIRA, P. S., CRESCITELLI, E., LUPPE, M. R. A jornada de transformação digital da Santa Lolla: marketplace in e out. **Retail Management Review**, v. 4, n. 1, p. 1-13, 2024. <https://doi.org/10.53946/rmrreview.v4i1.47>

DE BORBA, Darci et al. Como criar valor com a Transformação Digital?. **GV-EXECUTIVO**, v. 22,

n. 4, 2023.

FALCÃO, R. F. **Planejamento estratégico de marketing: passo a passo.** São Paulo: Senac, 2019.

FALCÃO, R. F., MAZZERO, S., CAMPOMAR, M. C., TOLEDO, G. L. A Criação de valor para o cliente com base nos processos estratégicos de segmentação e posicionamento. **Revista Interdisciplinar de Marketing**, v. 6, n. 2, p. 25-41, 2016.

IKEDA, A. A.; CAMPOMAR, M. C. **O planejamento de marketing e a confecção de planos : dos conceitos a um novo modelo.** São Paulo: Editora Saraiva, 2006. *E-book*. ISBN 9788502088416.

KOTLER, P., KELLER, K. L. **Administração de marketing.** 14ª ed. São Paulo: Pearson Education, 2012.

MALHOTRA, N. **Planos de marketing.** Editora Saraiva, 2013.

MENON, A.; BHARADWAJ, S. G.; ADIDAM, P.T.; EDISON, S.W. Antecedents and consequences of marketing strategy making: a model and a test. **Journal of Marketing**, v.3, n.2, p. 18-40, 1999.

MORAIS, F. **Planejamento estratégico digital.** 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2018.

NARVER, J.C.; SLATER, S.F. Efeito da orientação para o mercado sobre a lucratividade da empresa. **RAE-Clássicos**, abr/jun, 2006, p.61-81.

PROETTI, S. O SIM – sistema de informação de marketing para a elaboração de planos de marketing e estudo do comportamento do consumidor. **Revista Lumen**, v. 7, nº 13, Jan./Jun, 2022, p.80-105.

TEIXEIRA, T. **Desvendando a cadeia de valor do cliente.** Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2019. *E-book*. ISBN 9788550814346.

VARADARAJAN, R.R. Strategic marketing and marketing strategy: domain, definition, fundamental issues and foundational premises. **Journal of the Academy of Marketing Science**, v.38, n.2, p.119-140, 2010

ATIVIDADES AVALIATIVAS

Tipo	Descrição	Entrega	Pontos
Atividade orientada 1 (individual)	Caso de estudo 1	Teams	20
Atividade orientada 2 (em equipe)	Caso de estudo 2	Teams	10
Atividade orientada 3 (em equipe)	Caso de estudo 3	Teams	20
Atividade orientada 4 (individual)	Resenha de texto	Teams	20
Prova 1 (individual)	Prova bimestre 1	Presencial	70
Prova 2 (individual)	Prova bimestre 2	Presencial	70

CRONOGRAMA

Semana/ Data	Assunto	Proposta da aula/atividade programada	Referência Bibliográfica
1 12/03	Apresentação plano de ensino da disciplina; Conceitos centrais de marketing estratégico;	Aula expositiva dialogada	Varadarajan (2010, p. 126 e 128) Ferrell e Hartline (2016): Cap. 1, p. 11-15. E-book disponível em: https://minhabiblioteca.ufpr.br/biblioteca/
2 19/03	Vantagem competitiva	Aula expositiva dialogada	Aaker (2012): Cap. 7, p. 144-150 E-book disponível em: https://minhabiblioteca.ufpr.br/biblioteca/
3 26/03	Orientação para o mercado e Valor para o cliente	Aula expositiva dialogada	De Borba et al. (2023) Falcão et al. (2016) Narver e Slater (2006): p.61-64
4 02/04	Coleta e análise de informações em marketing	Aula expositiva dialogada	Proetti (2022), p. 80-95
5 09/04	Coleta e análise de informações em marketing	- Atividade em sala de aula (atividade orientada 1 - individual) - Discussão em sala a partir da atividade realizada	Texto será disponibilizado na sala virtual Teams
6 16/04	Estratégia de marketing: inserção na organização	Aula expositiva dialogada	Ferrell e Hartline (2016): Cap. 8, p. 266-275. E-book disponível em: https://minhabiblioteca.ufpr.br/biblioteca/
7 23/04	Prova Bimestral 1	Avaliação individual Peso: 70 pontos da nota do bimestre	Conteúdo da prova: Capítulos dos livros e textos indicados e estudados no período.
8 30/04	Estratégia de marketing: inserção na organização	Atividade em sala (atividade orientada 2 - equipe) - Discussão em sala a partir da atividade realizada	Texto será disponibilizado na sala virtual Teams

Composição da nota bimestre 1:

1. Atividades orientadas: **30 pontos** correspondentes ao somatório das notas parciais.
2. Prova 1: **70 pontos** (prova com nota de 0 a 100 e será aplicada a ponderação de 70%)

9 07/05	Processo de formulação e Implementação da estratégia de marketing	Aula expositiva dialogada	Hooley, Piercy e Nicoulaud (2011), Cap. 2 [livro físico disponível na biblioteca setorial – Sociais Aplicadas] Menon et al (1999).
10 14/05	Processo de formulação e Implementação da estratégia de marketing	Atividade em sala (atividade orientada 3 - equipe)	Texto será disponibilizado na sala virtual Teams.
11 21/05	Desempenho de marketing: conceitos e métricas	Aula expositiva dialogada	Farris et al (2013): Cap. 2 E-book disponível em: https://minhabiblioteca.ufpr.br/biblioteca/
12 28/05	Desempenho de marketing: conceitos e métricas	Aula expositiva dialogada	Farris et al (2013): Cap. 2 E-book disponível em: https://minhabiblioteca.ufpr.br/biblioteca/
13 04/06	O plano de marketing como instrumento	Aula expositiva dialogada	Ikeda e Campomar (2006), Cap. 6. E-book disponível em: https://minhabiblioteca.ufpr.br/biblioteca/
14 11/06	Prova bimestral 2	Avaliação individual Peso: 60 pontos da nota do bimestre.	Conteúdo da prova: Capítulos dos livros e textos indicados e trabalhados no
15 18/06	Devolutiva da prova e dos trabalhos referentes ao bimestre 2		
Composição da nota bimestre 2: 1. Atividades orientadas: 40 pontos correspondentes ao somatório das notas parciais. 2. Prova 2: 60 pontos (prova com nota de 0 a 100 e será aplicada a ponderação de 60%)			
09/07	Exame	Avaliação individual Peso: 100 pontos	Todo o conteúdo trabalhado no semestre



Documento assinado eletronicamente por **SIMONE REGINA DIDONET, PROFESSOR 3 GRAU**, em 27/01/2025, às 17:34, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7449802** e o código CRC **9541EFC1**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Coordenação do Curso de ou Departamento de
Administração Geral e Aplicada

Estatística Aplicada à Administração

MODELO PADRÃO: Plano de Ensino para o Ano/Semestre Letivo de 2025.1

TURMA M1/N1

1. Dados Gerais

Disciplina: Estatística Aplicada à Administração **Código:** SAOB10

Pré-requisito: Não Há **Co-requisito:** Não Há

Créditos: NA

CH total: 60h **CH semanal:** 4h (3h Padrão + 1h Orientada)

Número de vagas ofertadas: 55 vagas

Docente(s): Diego Milnitz **Contato:** diego.milnitz@ufpr.br

Acesso ao Ambiente Virtual de Aprendizagem: Microsoft Teams

2. EMENTA (Unidade Didática)

O estudo da estatística. Mensuração e escalonamento. Distribuição de frequência. Estatística descritiva. Preparação dos dados de uma base. Apresentação de resultados. Teoria de probabilidade. Teoria da estimação, intervalos de confiança, amostragem e dimensionamento de amostras. Teste de hipótese. Correlação e regressão linear simples. Análise de variância.

3. PROGRAMA (itens de cada unidade didática)

1. O estudo da estatística
2. Mensuração e escalonamento: fundamentos, técnicas de escalonamento, escalas comparativas, escalas não comparativas.
3. Distribuição de frequência
4. Estatística descritiva: medidas de tendência central (média, moda e mediana), medidas de dispersão (variância, desvio-padrão e coeficiente de variação) e medidas de distribuição (assimetria e curtose).
5. Preparação dos dados de uma base: valores ausentes e extremos.
6. Apresentação de resultados: preparação e leitura de tabelas e gráficos, tabulação cruzada.
7. Teoria das probabilidades: variáveis aleatórias e distribuições de probabilidades discretas e contínuas.
8. Teoria da estimação, intervalos de confiança, amostragem e dimensionamento de amostras.

9. Teste de hipótese: proporção, média, variância e testes de aderência chi-Quadrado e de Kolmogorov-Smirnov.
10. Estatística bivariada: correlação e regressão linear simples.
11. Análise de variância: ANOVA.

4. OBJETIVO GERAL

O aluno deverá ser capaz de aplicar os conceitos da estatística a problemas práticos e a fundamentar seus argumentos em princípios racionais.

5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Os objetivos específicos da disciplina são:

- Compreender e aplicar o método estatístico
- Raciocinar de forma quantitativa e positivista
- Interpretar os resultados obtidos na resolução dos modelos
- Discutir as soluções obtidas e sua relevância no contexto prático

Adicionalmente, DE ACORDO COM PPC 2022, objetiva-se desenvolver:

- **COMPETÊNCIAS ANALÍTICO-DECISÓRIAS (CAD):** gestão de recursos, tomada de decisão, conhecimento teórico e prático, reconhecimento de oportunidades e solução de problemas organizacionais e ambientais, realização de diagnóstico e avaliação de impacto, inovação, pensamento lógico e crítico
 - Competência de tomar decisões fundamentadas em conhecimento teórico e prático multi e interdisciplinar (CAD2)
 - Competência de reconhecer e solucionar problemas organizacionais, mercadológicos e sociais (CAD3)
 - Competência de avaliar o impacto socioeconômico e ambiental das ações e decisões (CAD4)
 - Competência de reconhecer e considerar a influência positiva e negativa de diferentes tipos de ambientes e contextos regionais, nacionais e internacionais sobre ações e decisões organizacionais (CAD5)
 - Competência de reconhecer e desenvolver oportunidades de novos negócios, de novos mercados e de inovação de sistemas e processos (CAD6)
 - Competência de analisar lógica e criticamente os contextos, problemas e oportunidades organizacionais, mercadológicos e sociais (CAD8)
- **COMPETÊNCIAS LÓGICO-QUANTITATIVAS (CLQ):** reconhecimento, coleta, análise e utilização de dados e ferramentas tecnológicas de apoio à tomada de decisão gerencial; desenvolvimento e aplicação de modelos e sistemas de avaliação
 - Competência de reconhecer, coletar, analisar e utilizar dados qualitativos e quantitativos na tomada de decisão organizacional (CLQ1)
 - Competência de reconhecer e utilizar tecnologias de coleta e de análise de dados como apoio à tomada de decisão organizacional (CLQ2)
 - Competência no desenvolvimento e utilização de modelos e sistemas de avaliação individual, de grupos, de processos e de resultados organizacionais (CLQ3)

6. METODOLOGIA

A disciplina será desenvolvida mediante aulas expositivas apoiadas em conteúdo teórico

disponível nas bibliotecas da UFPR (física e virtual). Para que haja um adequado aproveitamento das aulas expositivas, é fundamental que os alunos façam uma leitura PRÉVIA e OBRIGATÓRIA dos materiais indicados no CRONOGRAMA da disciplina, disponível na Seção [10](#) deste documento.

As aulas expositivas serão todas presenciais, ministradas no horário padrão do curso de Bacharelado em Administração. Adicionalmente, como consta no PPC do curso, serão trabalhadas 15 atividades orientadas de forma remota.

7. FORMA DE AVALIAÇÃO

7.1 Nota

A média semestral do aluno resultará do somatório das atividades individuais. Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado. Se estiver entre 40 e 69, o aluno deverá fazer o Exame Final. Se a nota final estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o aluno estará reprovado. A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h).

No cronograma de execução da disciplina há a previsão de 2 trabalhos (peso 10 cada um) e 2 provas (peso 40 cada uma) totalizando 100 pontos possíveis.

7.2 Frequência

A participação do aluno se fundamenta em 15 encontros presenciais e 15 atividades orientadas. Cada encontro presencial (dia de aula) corresponde a 3 horas-aula e cada atividade orientada corresponde a 1 hora-aula. No cômputo geral, o aluno deve conquistar ao menos 75% da carga da disciplina, o que corresponde a 45 horas-aula.

8. BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

[BB 1] FREUND, J. E.; SIMON G. A. **Estatística Aplicada: Economia, Administração e Contabilidade**. Disponível em: Minha Biblioteca, (11th edição). Grupo A, 2019.

[BB 2] SWEENEY, D. J.; WILLIAMS, T. A.; ANDERSON, D. R. **Estatística aplicada à administração e economia**. São Paulo: Cengage Learning, 2013.

[BB 3] KAZMIER, L. J. **Estatística aplicada à administração e economia**. 4ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2007.

[BB 4] MARTINS, G. A.; DOMINGUES, O. **Estatística Geral e Aplicada**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2014.

9. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

[BC 1] SEWARD, L. E.; DOANE, D. P. **Estatística aplicada à administração e à Economia**. São Paulo: MCGRAW HILL – ARTMED, 2008.

[BC 2] LAPONI, J. C. **Estatística usando Excel**. 4ª ed. Ed. Campus, 2005.

[BC 3] FIELD, A. **Descobrimo a estatística usando SPSS**. 2ª ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

[BC 4] LEVINE, J. et al. **Estatística: teoria e aplicações usando o Microsoft Excel em português**. 3ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

[BC 5] PIANA, C. F. B.; MACHADO, A. A.; SELAU, L. P. R. **Estatística Básica**. Pelotas: 2013.

Disponível em

<https://www.ufrgs.br/probabilidade-estatistica/extra/material/apostila_de_estatistica_basica.pdf>
acesso em 03/02/2023.

[BC 6] BELFIORE, P. **Estatística aplicada à administração, contabilidade e economia com Excel® e SPSS®**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015.

10 CRONOGRAMA

Nº	Assuntos
1	Plano de Ensino
2	Introdução à Estatística; População, Amostra e Dados
3	Séries Estatísticas; Gráficos Estatísticos
	Medidas de Tendência Central de dados Agrupados e Não
4	Agrupados
5	Prova 1
6	FERIADO
7	Desenvolvimento do Trabalho 2
8	Apresentação do Trabalho 2
9	Medidas de dispersão; separatrizes; Assimetria e Curtose
10	Probabilidade
11	Teste de Hipóteses
12	Desenvolvimento do Trabalho 2
13	Apresentação do Trabalho 2
14	Prova 2
15	EXAME FINAL

Ficha 2 (variável)



Documento assinado eletronicamente por **DIEGO MILNITZ, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 28/01/2025, às 10:07, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7450723** e o código CRC **F2216824**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE HUMANAS
Coordenação do Curso de ou Departamento de SOCIOLOGIA

Ficha 2 (variável)

Disciplina: SOCIOLOGIA E ORGANIZAÇÕES Prof. Ricardo Costa de Oliveira 2025 - 1º Sem.						Código: HSS101	
Natureza: <input type="checkbox"/> Obrigatória <input type="checkbox"/> Optativa			<input checked="" type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular				
Pré-requisito:		Co-requisito:		Modalidade: <input type="checkbox"/> Totalmente Presencial <input checked="" type="checkbox"/> Totalmente EAD <input type="checkbox"/> Parcialmente EAD: *CH			
CH Total:	60						
CH Semanal:	4						
Prática como Componente Curricular (PCC):	Padrão (PD):	Laboratório (LB):	Campo (CP):	Estágio (ES):	Orientação (OR):	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):
Atividade Curricular de Extensão (ACE):							
<u>Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)</u> <u>*indicar a carga horária que será à distância.</u>							

EMENTA

Análise das categorias sociológicas fundamentais, segundo a teoria clássica e contemporânea. Mudanças atuais no trabalho, nas relações de trabalho e novas formas de sociabilidade; Relações de poder nas organizações e associações; Política, sociedade e democracia; Análises sobre o Brasil contemporâneo. Ministérios do Governo Federal. Temas transversais: Educação Ambiental; História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena; Direitos Humanos. Sociologias das Empresas.

PROGRAMA

A disciplina apresenta os conceitos fundamentais da Sociologia. Contexto e surgimento da Sociologia. Leitura dos principais clássicos. As relações entre a sociedade, classes sociais, instituições, burocracia e Estado. Formas de organização, sociedade e poder.

OBJETIVO GERAL

Apresentar os conceitos fundamentais da sociologia e os autores clássicos. A formação da sociedade. Revolução Industrial e Revolução Francesa. O desenvolvimento do

pensamento científico. As relações entre a sociologia e a administração. Sociologia da burocracia. Organizações estatais e empresariais na contemporaneidade.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Permitir a elaboração teórica e empírica de questões sociológicas nas organizações na sociedade contemporânea. Perspectivas e desafios modernos nas relações entre a sociologia e a administração.

Estudos de casos de instituições estatais, como os ministérios e organizações empresariais, como algumas das principais empresas.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

Aulas expositivas com diálogos e questões para o grupo. Elaboração conceitual e casos empíricos desenvolvidos e explicados para análises e sínteses.

Debates sobre os temas e referências bibliográficas.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

Provas (AVALIAÇÃO 1) mais seminários apresentados durante o curso(AVALIAÇÃO 2)

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

- ALMEIDA, S. Racismo Estrutural. Editora Jandira, 2021.
- BENDIX, Reinhard. Construção Nacional e Cidadania. São Paulo, Edusp, 1996
- BRAVERMAN, H. Trabalho e capital monopolista. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.
- BRAUDEL, Fernand. A Dinâmica do Capitalismo. ROCCO. 1987.
- COMTE, A. Discurso sobre o espírito positivo. São Paulo: Martins Fontes, 1990
- DARDOT, Pierre & LAVAL, Christian. A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016. Capítulo 1: Crise do liberalismo e nascimento do neoliberalismo, pp. 37-70
- DURKHEIM, E. In Fernandes, F. (org.). (1981). Durkheim. São Paulo: Ática. Coleção Grandes Cientistas Sociais, vol. 1, pp.73-96.
- DURKHEIM, Émile. As regras do método sociológico. São Paulo: Martins Fontes, 1999, pp. 1-48.
- DURKHEIM, Émile. Da divisão do trabalho social. In: Os pensadores. Volume XXXIII. São Paulo: Abril Cultural, 1973, pp. 303-72
- ENGELS, F. A situação da classe trabalhadora na Inglaterra. São Paulo: Boitempo, 2008.

FAORO, Raymundo. Os Donos do Poder. Globo. 1979
MARSHALL, Thomas Humphrey. Cidadania, classe social e status. Zahar. 1967.
MARX, Karl. [1859]: Contribuição à crítica da economia política, Prefácio, p. 45-50; b) O método da economia política (p. 257-272). São Paulo: Editora Expressão Popular, 2008, 2a ed. (disponível on-line)
MARX, Karl. Manifesto Comunista. Rio de Janeiro: Garamond, 1998.
TILLY, Charles. Coerção, Capital e Estados Europeus 990-1992. Edusp 1996.
WEBER, M. “Conceitos sociológicos fundamentais”, in Economia e Sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva. Brasília: UNB, 2014 (1922), pp. 3-35
WEBER, M. Capitalismo e sociedade rural na Alemanha. In WEBER, M. Ensaios de sociologia. Rio de Janeiro: Zahar, 1982, pp. 413-437.
WEBER, M. Economia e sociedade. Vol. 2. Brasília: Editora UNB, 2015.
WEBER, Max. A ética protestante e o “espírito” do capitalismo. São Paulo: Companhia das Letras, 2004

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BILIO, Ludmila C. Uberização do trabalho: subsunção real da viração. (<http://www.boitempoeditorial.com.br/v3/Autores/visualizar/ludmila--costhek-abilio>).

BIELSCHOWSKY, Ricardo (2000), “Cinqüenta anos de pensamento na CEPAL - uma resenha”. In: Bielschowsky, R. (org.), Cinqüenta anos de pensamento na CEPAL – Vol. 1. R. Janeiro, Ed. Record, 13-68.

CAMPOS, Edmundo. Sociologia da burocracia Org. Zahar. 1979

CARDOSO, F.H & FALETTO, E. Dependência e Desenvolvimento na América Latina. RJ : Ed Guanabara, 1973, p. 9-67.

CHAUI, Marilena. O que é ideologia. São Paulo: Brasiliense, 2008.

CROZIER, Michel. O Fenômeno Burocrático. UNB. 1981.

FURTADO, Celso (2002), Em busca de novo modelo: reflexões sobre a crise contemporânea, R. Janeiro, Paz e Terra, caps. 1 a 4 (p. 07 a 68)

GEORGESCU-ROEGEN, Nicholas. O decrescimento: entropia, ecologia, economia. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2012.

MARTINS, Carlos B. O que é sociologia. São Paulo: Brasiliense, 2006. PP. 7 a 71.

MARX, K. A ideologia alemã. São Paulo: Martins Fontes, 1989.

MOTTA, F. O que é burocracia. São Paulo: Brasiliense, 1992.

POLANYI, Karl, A grande transformação: as origens de nossa época. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

SEN Amartya. Desenvolvimento como liberdade, S. Paulo, Cia. das Letras: 2000. (Introdução e caps. 1, 2, 4 e 5)

WEBER, M. Capitalismo e sociedade rural na Alemanha. In WEBER, M. Ensaios de sociologia. Rio de Janeiro: Zahar, 1982, pp. 413-437.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO GERAL E APLICADA
COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

FICHA 2

DISCIPLINA: SAOP15- EAD – Gestão da Cadeia de Suprimentos

CÓDIGO: SA073 SEMESTRAL (X) ANUAL ()

CRÉDITOS: 3

CARGA HORÁRIA PRESENCIAL: 12 h (20%) CARGA HORÁRIA

DISTÂNCIA: 48 h (80%)

**DEPARTAMENTO OFERTANTE: DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO
GERAL E APLICADA**

PRÉ-REQUISITO(S): NÃO TEM.

PERÍODO RECOMENDADO: 7º Período

NATUREZA: OPTATIVA

MODALIDADE: EAD

EMENTA:

Conceito de Cadeias de Suprimentos e Gestão da Cadeia de Suprimentos, Resiliência em Cadeias de Suprimentos, Cadeias de Suprimentos Sustentáveis, a Estratégia da Cadeia de Suprimentos e seus Fatores-Chave, Integração na Cadeia de Suprimentos, Gestão Estratégica de Compras, Estratégias de Localização, Estratégias de Transporte, Planejamento de Rede em Cadeias de Suprimentos, Pensamento Enxuto em Cadeias de Suprimentos, Informação na Cadeia de Suprimentos, Medição de Desempenho em Cadeias de Suprimentos e Cadeia de Suprimentos 4.0.

OBJETIVO GERAL:

Capacitar os alunos a entenderem e utilizarem, no âmbito estratégico e de planejamento e de controle, as principais teorias e métodos de uma forma integrada relacionados aos processos-chave da cadeia de suprimentos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Apresentar conceitos e importância da cadeia de suprimentos para os negócios
- Desenvolver uma visão estratégica em relação as diversas perspectivas de tomada de decisão relacionadas as cadeias de suprimentos
- Capacitar os alunos no desenho estratégico em relação aos principais fatores-chave de decisão
- Capacitar os alunos no aspecto da tomada de decisão em cadeias de suprimentos e seus fatores chaves considerando os aspectos contemporâneos da cadeia de suprimentos como sustentabilidade, resiliência e Indústria 4.0.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

- a) sistema de comunicação:** O sistema de comunicação diz respeito à forma como será feita a comunicação entre professor e alunos e dentre alunos. No âmbito desta disciplina o canal de comunicação será o MICROSOFT TEAMS. Por meio do TEAMS cada estudante receberá retorno sobre o seu Desempenho, bem como orientações e trocas de informações relativas aos conteúdos abordados e atividades a serem desenvolvidas na disciplina.
- b) modelo de tutoria a distância e presencial:** A tutoria será realizada pelo professor, de forma virtual síncrona (de acordo com o cronograma da disciplina, serão disponibilizados horários para atendimento síncrono online dos alunos no TEAMS de 4h distribuídas no decorrer da disciplina). Conforme a legislação da UFPR, o professor-tutor deverá realizar capacitação em EaD ou ter experiência comprovada para atuar em programas de EaD e destinar carga horária específica para os momentos presenciais e para os momentos a distância.
- c) material didático específico:** Os materiais didáticos serão utilizados pelo aluno para a consecução dos objetivos da disciplina. Tais materiais serão diversificados e terão origem de distintas fontes, a saber:
1. Guia da disciplina: material didático elaborado pelo professor.
 2. Videoaulas: serão produzidas pelo professor a fim de proporcionar um panorama geral acerca de cada tema estudado.
 3. Disponibilização de *Links* externos: de vídeos ou de reportagens relacionadas com o tema de cada aula.
 4. Artigos acadêmicos.
 5. Livros da bibliografia básica.
- d) infra-estrutura de suporte tecnológico, científico e instrumental à disciplina:** o DAGA/UFPR possui laboratório de informática e internet sem fio para os estudantes que eventualmente não tenham acesso de outra forma; a PRAE/UFPR tem um programa de empréstimo de computadores e acesso à internet para estudantes de baixa renda; por meio da internet o aluno poderá acessar os conteúdos, a plataforma TEAMS e os materiais de apoio.
- e) previsão de período de ambientação dos recursos tecnológicos a serem utilizados pelos discentes:** A primeira semana da disciplina será dedicada ao primeiro encontro presencial para apresentação da disciplina e também para ambientação com os recursos tecnológicos a serem utilizados.

- f) identificação do controle de frequência das atividades:** Na modalidade EAD o controle de frequência é aferido pela resolução das atividades indicadas pelo professor. Assim, a disciplina contará com atividades específicas a serem desenvolvidas pelos alunos, e conseqüentemente, cada atividade terá uma carga horária de frequência. Vale ressaltar que apenas o ACESSO a plataforma não será contabilizado como frequência. Também haverá controle de frequência nos momentos presenciais.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

PRESENCIAL (12h)

AULA AMBIENTAÇÃO 3h

AULA PRESENCIAL 3h

AVALIAÇÃO PRESENCIAL 1 3h

AVALIAÇÃO PRESENCIAL 2 3h

PROGRAMAÇÃO

A DISTÂNCIA (48h)

Unidade 1. A Cadeia de Suprimentos e sua Gestão

- 1.1 - Conceito de cadeias de suprimentos
- 1.2 1.2 Elementos da cadeia de suprimentos
- 1.3 1.3 Integração da cadeia de suprimentos
- 1.4 1.4 Impacto da gestão da cadeia de suprimentos para os negócios
- 1.5 1.5 Resiliência na cadeia de suprimentos
- 1.6 1.6 Cadeia de suprimentos sustentáveis

Unidade 2. Estratégia da Cadeia de Suprimentos

- 2.1 Framework estratégico da cadeia de suprimentos
- 2.2 Orientação estratégica: responsividade e eficiência
- 2.3 Fatores-chave da estratégia de cadeias de suprimentos
- 2.4 Cadeias de suprimentos como fonte de vantagem competitiva

Unidade 3. Estratégia de Compras

- 3.1 Importância de compras para a cadeia
- 3.2 Decisões de Make or Buy
- 3.3 O processo do Strategic Sourcing
- 3.4 Escolha e desenvolvimento de fornecedores
- 3.5 Contratos em compras
- 3.6 Avaliação de fornecedores
- 3.7 Global Sourcing

Unidade 4. Estratégia de Transportes e Movimentação

- 4.1 Importância de Transportes para a Cadeia
- 4.2 Nível de Serviço Logístico
- 4.3 Elementos de infraestrutura e modais
- 4.4 Custos logísticos em transportes e precificação de serviços logísticos
- 4.5 Principais elementos de movimentação
- 4.6 TPLs e FPLs
- 4.7 Aspectos da terceirização logística

Unidade 5. Estratégia de instalações e planejamento de rede

- 5.1 Importância estratégica da localização em cadeias de suprimentos
- 5.2 Critérios e métodos para escolha de localização
- 5.3 Modelos de instalações e redes em cadeias de suprimentos (cross-docking, transit-point, milk-run, centros de distribuição, modelos mistos)

Unidade 6. Filosofia Enxuta na Cadeias de Suprimentos (Lean Supply Chains)

- 6.1 Filosofia Lean na cadeia de suprimentos
- 6.2 Lean como conjunto de métodos e técnicas
- 6.3 Produção e entrega nivelada
- 6.4 Value Stream Mapping em cadeias de suprimentos
- 6.5 Impactos estratégicos na implementação do lean em cadeias de suprimentos

Unidade 7. Medição de Desempenho em Cadeias de Suprimentos

- 7.1 Medindo o desempenho em cadeias de suprimentos
- 7.2 Balanced Scorecard em cadeias de suprimentos
- 7.3 Principais indicadores e perspectivas de medição desempenho
- 7.4 Maturidade em cadeias de suprimentos

Unidade 8. Tecnologia da Informação e Cadeias de Suprimentos 4.0

- 8.1 Fluxo de informações nas cadeias de suprimentos
- 8.2 A importância das tecnologias da informação para as cadeias de suprimentos
- 8.3 A transformação digital em cadeias de Suprimentos
- 8.4 Principais tecnologias disruptivas e suas aplicações
- 8.5 Implicações estratégicas da implementação das tecnologias disruptivas no desempenho de cadeias de suprimentos

TUTORIA SÍNCRONA ONLINE 4h

TOTAL 60h

FORMAS DE AVALIAÇÃO:

Atividades individuais e em equipe:

Pontuação:20%; Peso na frequência: 80%

Avaliação 1 - Prova:

Pontuação: 40%; Peso na frequência: 10%

Avaliação 2 - Trabalho final da disciplina:

Pontuação 40%; Peso na frequência: 10%

A média semestral do aluno resultará do somatório das atividades, da nota da das avaliações. Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado. Se estiver entre 40 e 69, o aluno deverá fazer o Exame Final. Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o aluno estará reprovado. A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

CHOPRA, S.; MEINDL, P. Gestão da Cadeia de Suprimentos: Estratégia, Planejamento e Operações. 6ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2015.

BALLOU, R. Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos. 5ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2007.

PIRES, S.R.I. Gestão da Cadeia de Suprimentos: Conceitos, Estratégias, Práticas e Casos. 3ª. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

SIMCHI-LEVI, D; KAMINSKI, P.; SIMCHI-LEVI, E. Cadeia de Suprimentos: Uma abordagem sistêmica para o planejamento, programação e controle. 3ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

CORREA, H.L; CORREA, C.A, **Administração de Operações: O Essencial**. 3ª.ed. São Paulo: Atlas, 2017.

CORREA, H. L. **Administração de Cadeias de Suprimentos e Logística: Integração na Era da Indústria 4.0**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2019.

IYER, A.V.; SESHADRI, S.; VASHER, R. **A Gestão da Cadeia de Suprimentos Toyota**. 4ª. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

JACOBS, R.F; CHASE, R. B. **Administração de Operações e da Cadeia de Suprimentos**. 13ª. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012

SLACK, N.; BRANDON-JONES, A.; JOHSTON, R. **Administração da Produção**. 8ª. ed. São Paulo: Atlas, 2020.

AULAS (Síncronas e Presenciais)	DATA PREVISTA	Unidade
1	12/03/2025	Ambientação (Presencial)
2	19/03/2025	Unidade 1 (Síncrona)
3	26/03/2025	Unidade 2 – Parte 1 (Síncrona)
4	02/04/2025	Unidade 2 – Parte 2 (Síncrona)
5	09/04/2025	Unidade 3 (Síncrona)
6	16/04/2025	Unidade 4 (Síncrona)
7	23/04/2025	Tutoria online
8	30/04/2025	Aplicação Avaliação 1 – Prova (presencial)
9	07/05/2025	Unidade 5 (Síncrona)
10	14/05/2025	Unidade 6 (Síncrona)
11	21/05/2025	Unidade 7 (Síncrona)
12	28/05/2025	Unidade 8 (Síncrona)
13	04/06/2025	Tutoria online
14	11/06/2025	Avaliação 2: Entrega e apresentação do trabalho final da disciplina (Presencial)
15	18/06/2025	Aula de fechamento do curso (Presencial)
16	02/07/2024	Exame Final

Exames Finais: 07/07/2025 a 12/07/2025



Ficha 2 (variável)

Disciplina: Pesquisa Operacional					Código: SAOB25	
Natureza: (X) Obrigatória () Optativa		(X) Semestral () Anual () Modular				
Pré-requisito:		Co-requisito:		Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD () % EaD*		
CH Total: 60 CH semanal: 4h		Padrão (PD): 45h	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 15h Prática Específica (PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Introdução aos problemas de programação linear. Desenvolvimento de modelos matemáticos para a resolução de problemas gerenciais. Métodos de resolução para problemas de programação linear. Ferramentas computacionais para resolução de problemas de programação linear.						
PROGRAMA (itens de cada unidade didática) *						
Modelagem matemática de problemas gerenciais; Introdução a programação linear; Métodos de resolução de problemas de programação linear: gráfico e simplex padrão; Dualidade e Análise de Sensibilidade; Modelagem de problemas de rede: transporte e designação, problemas de transporte com transbordo; Modelagem de problemas de programação inteira; Implementação de modelos matemáticos no Solver do Excel, no OpenSolver e no SolverStudio. Cronograma em anexo.						
OBJETIVO GERAL						
O aluno deverá ser capaz de formular um problema gerencial em linguagem matemática e aplicar um método de resolução.						
OBJETIVOS ESPECÍFICOS						

Os objetivos específicos da disciplina são:

- Interpretar situações-problema e modelá-las matematicamente
- Resolver os modelos matemáticos a partir do método gráfico e com a utilização de recursos computacionais
- Interpretar os resultados obtidos na resolução dos modelos
- Discutir as soluções obtidas e sua relevância no contexto prático

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina será desenvolvida com aulas presenciais expositivas sobre os temas descritos no cronograma.

A avaliação da disciplina será composta por 02 (duas) provas e por 04 (quatro) projetos. Os projetos correspondem às atividades orientadas (OR). Estes projetos fazem parte da avaliação na disciplina e são parte da frequência. Os projetos correspondem a 15h (ou 25%) da carga horária total da disciplina. Dessa forma, o controle de frequência será realizado durante as aulas presenciais expositivas e através das entregas dos projetos individuais.

a) sistema de comunicação: a disciplina será presencial. A ferramenta Microsoft Teams será utilizada para a disponibilização de materiais relativos à disciplina, tais como a Ficha 2 e os enunciados dos projetos, dentre outros.

b) material didático específico:

Disponibilização de material de Notas de Aula elaborados pelo professor da disciplina

Indicação de Leitura Obrigatória: livros disponíveis em Minha Biblioteca com acesso pela biblioteca virtual da instituição no link <https://minhabiblioteca.ufpr.br/biblioteca/>

c) infraestrutura de suporte tecnológico, científico e instrumental à disciplina: As ferramentas computacionais a seguir serão utilizadas na disciplina: Microsoft Teams, Solver do Excel e OpenSolver.

d) sobre o controle de frequência: O controle de frequência será realizado durante as aulas presenciais expositivas e através da entrega dos projetos individuais. Os projetos são responsáveis por 25% da frequência do aluno e a presença nas aulas será responsável por 75% da frequência dos alunos.

e) Segunda Chamada: para os alunos que solicitarem a mesma junto à coordenação do curso e ocorrer o deferimento do pedido. Após o deferimento do pedido, a data será agendada pelo professor e comunicada aos alunos.

f) Exame Final: o Exame Final ocorrerá no dia **08/07/2025**.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

As avaliações da disciplina serão compostas por 02 (duas) provas escritas e por 04 (quatro) projetos.

Provas (P1 e P2) – 50% da nota final

Projetos individuais (atividades orientadas, Proj1, Proj2, Proj3, Proj4) – 50% da nota final

A nota final é dada por

$$M = 0,25*P1 + 0,25*P2 + 0,125*Proj1 + 0,125*Proj2 + 0,125*Proj3 + 0,125*Proj4.$$

Os projetos individuais receberão uma nota de 0 a 100 e contarão também como frequência. A soma das frequências de todos os projetos será igual a 25% da carga horária total da disciplina.

Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado. Se estiver entre 40 e 69, o aluno deverá fazer o Exame Final. Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o aluno estará reprovado. A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina que é de 60h.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

[BB 1] M. Arenales, V. Armentano, R. Morabito, H. Yanasse, Pesquisa operacional, 2ª Edição, Editora Campus, 2015.

[BB 2] G. Lachtermacher. Pesquisa Operacional Na Tomada De Decisões: modelagem em Excel, 5ª Edição, LTC Editora, 2016.

[BB 3] E. Colin, Pesquisa Operacional : 170 aplicações em estratégia, finanças, logística, produção, marketing e vendas, 2ª Edição, Editora Atlas, 2019.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

[BC 1] Notas de Aula em Pesquisa Operacional, Material Didático produzido para a disciplina a ser disponibilizado no ambiente virtual de aprendizagem.

[BC 2] P. Belfiore, L.P. Fávero, Pesquisa Operacional para cursos de Engenharia, Editora Elsevier, 2012.

[BC 3] H. Taha, Pesquisa Operacional, Editora Pearson Prentice Hall (8ª Edição), 2008.

[BC 4] M. C. Goldberg, H.P.L. LUNA. Otimização Combinatória e Programação Linear: Modelos e Algoritmos. Editora Campus, 2a. Edição, 2005.

[BC 5] F. S. Hillier, G. Lieberman, Introdução à Pesquisa Operacional, McGraw-Hill, 1998.

[BC 6] M.S. Bazaraa, J.J. Jarvis, H. D. Sherali, Linear Programming and Network Flows., 3th edition, John Wiley, 2005.

<p>Professores da Disciplina: Leonardo Lima</p> <p>Assinatura: _____</p> <p>Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: _____</p> <p>Assinatura: _____</p>

CRONOGRAMA GERAL DE EXECUÇÃO

SEMANA	AULA	TEMA	DATA	MATERIAIS DIDÁTICOS	LEITURAS OBRIGATÓRIAS E LOCAL DE PUBLICAÇÃO OU ACESSO
01	AULA 1	Apresentação do Cronograma e Plano de Ensino da Disciplina	11/03/2025	UNIDADE 1: Aula Expositiva Presencial, Videoaulas e indicação de livro	Plano de ensino da disciplina disponível no TEAMS
02	AULA 2	Introdução à Modelagem Matemática	18/03/2025	UNIDADE 2: Aula Expositiva Presencial, Videoaulas e indicação de livro	[BC1] Capítulo 1
03	AULA 3	Modelagem Matemática: Variáveis Contínuas	25/03/2025	UNIDADE 3: Aula Expositiva Presencial, Videoaulas e indicação de livro	[BB 1] Capítulo 2: seções 2.1 a 2.5, [BB 2] Capítulo 3

04	AULA 4	Método Gráfico	01/04/2025	UNIDADE 4: Aula Expositiva Presencial, Videoaulas e indicação de livro	[BB 2] Capítulo 4, [BC1] Capítulo 2
05	AULA 5	Dualidade	08/04/2025	UNIDADE 5: Aula Expositiva Presencial, Videoaulas e indicação de livro	[BB 3] Capítulo 4: Seção 4.1 [BC 1] Capítulo 4
06	AULA 6	Problemas de Transporte	15/04/2025	UNIDADE 6: Aula Expositiva Presencial, Videoaulas e indicação de livro	[BB 2] Capítulo 5: seções 5.1 e 5.2 [BB 3] Capítulo 9: seções 9.2.1 e 9.2.2
07	AULA 7	Problema da Designação e Designação Generalizada	22/04/2025	UNIDADE 7: Aula Expositiva Presencial, Videoaulas e indicação de livro	[BB 2] Capítulo 5: seções 5.1 e 5.2 [BB 3] Capítulo 9: seções 9.2.1 e 9.2.2
08	AULA 8	PROVA 1	29/04/2025		
09	AULA 9	Modelagem Matemática: Variáveis Inteiras e Binárias	06/05/2025	UNIDADE 8: Aula Expositiva Presencial, Videoaulas e indicação de livro	[BB 1] Capítulo 4: seções 4.1, 4.3 e 4.4
10	AULA 10	Problemas de Transporte com Transbordo	13/05/2025	UNIDADE 9: Aula Expositiva Presencial, Videoaulas e indicação de livro	[BB 2] Capítulo 5: seções 5.1 e 5.2 [BB 3] Capítulo 9: seções 9.2.1 e 9.2.2
11	AULA 11	Problemas de Transporte com Transbordo – Parte 2	20/05/2025	UNIDADE 10: Aula Expositiva Presencial, Videoaulas e indicação de livro	[BB 1] Capítulo 4: seções 4.1, 4.3 e 4.4

12	AULA 12	Problemas de Produção	27/05/2025	UNIDADE 11: Aula Expositiva Presencial, Videoaulas e indicação de livro	[BB 1] Capítulo 4: seção 4.6
13	AULA 13	Problemas de Produção com <i>Backorder</i>	03/06/2025	UNIDADE 12: Aula Expositiva Presencial, Videoaulas e indicação de livro	[BB 1] Capítulo 4: seção 4.6 [SEMANA SIEPE]
14	AULA 14	Problemas de Localização	10/06/2025	UNIDADE 13: Aula Expositiva Presencial, Videoaulas e indicação de livro	[BB 1] Capítulo 4: seção 4.5 e 4.7
15	AULA 15	PROVA 2	17/06/2025		
16		EXAME FINAL	08/07/2025		

1 DADOS GERAIS

Disciplina: Raciocínio Lógico e Quantitativo – SAOB28

Pré-requisito: Não há

Créditos:

CH total: 45h presencial + 15h Atividades Orientadas

Número de vagas ofertadas: 35

Dia da semana: Quarta-feira

Docente: Talita Mariana Pinho Schimidt

Contato:

talitapschimidt@gmail.com

Código: SAOB28

CH semanal: 03h + 01h

Turno: Noturno

2 EMENTA

Funções. Cálculo Diferencial e Integral em Gestão. Álgebra Matricial na Gestão. Proposições Lógicas. Funções Proposicionais. Estudo das proposições: analogias, inferências, deduções e conclusões. Argumentação. Lógica de argumentação. Aplicação em casos administrativos. Operações lógicas. Equivalência Lógica e Implicação Lógica. Álgebra, sentenças e quantificadores. O pensamento lógico e a teoria dos jogos em administração. Argumentação Lógica.

3 CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

3.1 Introdução ao Cálculo

- Funções Lineares, polinomiais, exponenciais e logarítmicas.
- Derivadas
- Aplicações de Derivadas na Gestão
- Integrais
- Aplicações de integrais na Gestão
- Sistemas lineares
- Aplicações de Sistemas Lineares na Gestão

3.2 Lógica de Argumentação

- Sentenças
- Operação
- Relação
- Proposições
- Premissa e Conclusão
- Mentiras e Verdades
- Aplicações em contextos gerenciais

3.3 Estudo das Proposições

- Conceito de proposição. Valores lógicos das proposições.
- Proposições compostas
- Conectivos lógicos
- Tabelas Verdade
- Equivalência entre proposições
- Negação de proposições

4 OBJETIVO GERAL

Capacitar os alunos a desenvolverem habilidades de raciocínio lógico aplicáveis a problemas empresariais e sociais, bem como a compreender a importância da lógica na tomada de decisões.

5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Ao final da disciplina, o estudante deverá ser capaz de:

- Aplicar os conceitos de cálculo diferencial e integral na gestão
- Introduzir os conceitos básicos de lógica formal e informal;
- Desenvolver a capacidade dos alunos de identificar e analisar argumentos lógicos;
- Capacitar os alunos a aplicar as técnicas de raciocínio lógico para resolver problemas empresariais e sociais;
- Apresentar as principais falácias e mostrar como evitá-las na construção de argumentos;
- Promover a habilidade de expressão clara e coerente do pensamento lógico.

Competências adquiridas

- Capacidade de identificar e analisar argumentos lógicos;
- Habilidade de aplicar técnicas de raciocínio lógico na solução de problemas empresariais e sociais;
- Competência na construção de argumentos lógicos coerentes e válidos;
- Conhecimento das principais falácias e habilidade para evitá-las na construção de argumentos;
- Habilidade de expressar o pensamento lógico de forma clara e coerente.

6 METODOLOGIA

A Metodologia de Ensino será composta por:

- Aulas expositivas e dialogadas
- Exercícios práticos em sala
- Atividades orientadas, em tempo de estudo fora de sala

7 FORMAS DE AVALIAÇÃO

- Duas provas individuais – 70% da nota final
- Atividades em sala de aula– 10% da nota final
- Entrega das atividades orientadas – 20% da nota final

8 PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

a. Sistema de Comunicação

O sistema de comunicação diz respeito à maneira como será feita a comunicação entre professor e estudantes e entre estudantes. No âmbito da disciplina SA0B28 – RACIOCÍNIO LÓGICO E QUANTITATIVO, a dinâmica acontecerá da seguinte forma: 45 horas de aulas presenciais e outras 15 horas de atividades orientadas. A comunicação entre professor e estudantes será oral e dinâmica, entregas das atividades acontecerá via Teams.

b. Material didático específico

Os materiais didáticos serão utilizados pelo aluno para a consecução dos objetivos da disciplina. Tais materiais serão diversificados e terão origem de distintas fontes, a saber:

- 1) Quadro negro, giz, sala de aula e planos de aula disponibilizados pelo professor;
- 2) Listas de exercícios para atividades orientadas a cada aula presencial realizada;
- 3) Guia de atividades: para cada aula será elaborada uma ou mais atividades específicas a respeito de cada unidade didática;
- 4) Aulas expositivo-dialogadas;
- 5) Disponibilização de Links externos: de vídeos e textos relacionados com o tema de cada aula.

9 BIBLIOGRAFIA BÁSICA

Disponíveis na Minha Biblioteca

- Medeiros, V. Z., Caldeira, A. M., & Silva, L.M.O. D. et al. (2013). *Pré-Cálculo* (3rd ed.). Cengage Learning Brasil.

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788522116515>

- Rogawski, J., Adams, C., & Doering, C. I. (2018). *Cálculo*. v.2 (3rd ed.). Grupo A.

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788582604588>

- Bispo, C.A. F., Castanheira, L. B., & Filho, O.M. S. (2017). *Introdução à Lógica Matemática*. Cengage Learning Brasil.

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788522115952>

- Leithold, L. (1990). *O Cálculo com Geometria Analítica*. (3rd ed.).

10 BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- ALENCAR, Edgar F. **Iniciação à lógica matemática**. 18ª ed. São Paulo: Livraria Nobel S. A., 2000.
- VILLAR, B. **Raciocínio Lógico-Matemático Facilitado**. 5ª ed. Editora Método, 2019.
- Ferreira, J.M., Ramos, S.C., Scherner, M.L.T.; **Raciocínio Analítico. Construindo e Entendendo a Argumentação**, Editora Atlas, 2010.
- Perelman, Chaim; Olbrechts-Tyteca, L.; **Tratado da argumentação: a nova retórica**; Editora Martins Fontes, 2005.

11 CRONOGRAMA GERAL DE EXECUÇÃO

Semanas	Tema	Data	Conteúdo Programático	CH Semanal Total
1	Introdução ao Cálculo	12/03/2025	Funções Lineares e polinomiais	3h + 1h
2	Introdução ao Cálculo	19/03/2025	Funções Exponenciais e Regras de Derivação	3h + 1h
3	Introdução ao Cálculo	26/03/2025	Derivadas e Aplicações de derivadas	3h + 1h
4	Introdução ao Cálculo	02/04/2025	Derivadas e Aplicações de derivadas	3h + 1h
5	Introdução ao Cálculo	09/04/2025	Matrizes	3h + 1h
6	Introdução ao Cálculo	16/04/2025	Sistemas Lineares	3h + 1h
7	Prova 1	23/04/2025	Prova 1 - Pré cálculo e sistemas lineares	3h + 1h
8	Lógica de Argumentação	30/04/2025	Introdução a Lógica	3h + 1h
9	Lógica de Argumentação	07/05/2025	Sentenças, Operações Relação	3h + 1h
10	Lógica de Argumentação	14/05/2025	Proposições simples, compostas e negação	3h + 1h
11	Estudo das Proposições	21/05/2025	Conectivos lógicos e Tabelas Verdade	3h + 1h
12	Estudo das Proposições	28/05/2025	Equivalencia entre proposições e Negação de proposição	3h + 1h
13	Estudo das Proposições	04/06/2025	Argumentação e Raciocínio Analítico	3h + 1h
14	Estudo das Proposições	11/06/2025	Argumentação e Raciocínio Analítico	3h + 1h
15	Prova 2	18/06/2025	Prova 2 - Raciocínio Lógico	3h + 1h
		25/06/2025	Semana de estudos	
	Exame Final	02/07/2025	Exame - Cálculo, Lógica de Argumentação e Proposições	4h

1 DADOS GERAIS

Disciplina: Raciocínio Lógico e Quantitativo – SAOB28

Pré-requisito: Não há

Créditos:

CH total: 45h presencial + 15h Atividades Orientadas

Número de vagas ofertadas:
35

Dia da semana: Sexta-feira

Docente: Talita Mariana Pinho
Schmidt

Contato:

talitapschmidt@gmail.com

Código: SAOB28

CH semanal: 03h + 01h

Turno: Noturno

2 EMENTA

Funções. Cálculo Diferencial e Integral em Gestão. Álgebra Matricial na Gestão. Proposições Lógicas. Funções Proposicionais. Estudo das proposições: analogias, inferências, deduções e conclusões. Argumentação. Lógica de argumentação. Aplicação em casos administrativos. Operações lógicas. Equivalência Lógica e Implicação Lógica. Álgebra, sentenças e quantificadores. O pensamento lógico e a teoria dos jogos em administração. Argumentação Lógica.

3 CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

3.1 Introdução ao Cálculo

- Funções Lineares, polinomiais, exponenciais e logarítmicas.
- Derivadas
- Aplicações de Derivadas na Gestão
- Integrais
- Aplicações de integrais na Gestão
- Sistemas lineares
- Aplicações de Sistemas Lineares na Gestão

3.2 Lógica de Argumentação

- Sentenças
- Operação
- Relação
- Proposições
- Premissa e Conclusão
- Mentiras e Verdades
- Aplicações em contextos gerenciais

3.3 Estudo das Proposições

- Conceito de proposição. Valores lógicos das proposições.
- Proposições compostas
- Conectivos lógicos
- Tabelas Verdade
- Equivalência entre proposições
- Negação de proposições

4 OBJETIVO GERAL

Capacitar os alunos a desenvolverem habilidades de raciocínio lógico aplicáveis a problemas empresariais e sociais, bem como a compreender a importância da lógica na tomada de decisões.

5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Ao final da disciplina, o estudante deverá ser capaz de:

- Aplicar os conceitos de cálculo diferencial e integral na gestão
- Introduzir os conceitos básicos de lógica formal e informal;
- Desenvolver a capacidade dos alunos de identificar e analisar argumentos lógicos;
- Capacitar os alunos a aplicar as técnicas de raciocínio lógico para resolver problemas empresariais e sociais;
- Apresentar as principais falácias e mostrar como evitá-las na construção de argumentos;
- Promover a habilidade de expressão clara e coerente do pensamento lógico.

Competências adquiridas

- Capacidade de identificar e analisar argumentos lógicos;
- Habilidade de aplicar técnicas de raciocínio lógico na solução de problemas empresariais e sociais;
- Competência na construção de argumentos lógicos coerentes e válidos;
- Conhecimento das principais falácias e habilidade para evitá-las na construção de argumentos;
- Habilidade de expressar o pensamento lógico de forma clara e coerente.

6 METODOLOGIA

A Metodologia de Ensino será composta por:

- Aulas expositivas e dialogadas
- Exercícios práticos em sala
- Atividades orientadas, em tempo de estudo fora de sala

7 FORMAS DE AVALIAÇÃO

- Duas provas individuais – 70% da nota final
- Atividades em sala de aula– 10% da nota final
- Entrega das atividades orientadas – 20% da nota final

8 PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

a. Sistema de Comunicação

O sistema de comunicação diz respeito à maneira como será feita a comunicação entre professor e estudantes e entre estudantes. No âmbito da disciplina SA0B28 – RACIOCÍNIO LÓGICO E QUANTITATIVO, a dinâmica acontecerá da seguinte forma: 45 horas de aulas presenciais e outras 15 horas de atividades orientadas. A comunicação entre professor e estudantes será oral e dinâmica, entregas das atividades acontecerá via Teams.

b. Material didático específico

Os materiais didáticos serão utilizados pelo aluno para a consecução dos objetivos da disciplina. Tais materiais serão diversificados e terão origem de distintas fontes, a saber:

- 1) Quadro negro, giz, sala de aula e planos de aula disponibilizados pelo professor;
- 2) Listas de exercícios para atividades orientadas a cada aula presencial realizada;
- 3) Guia de atividades: para cada aula será elaborada uma ou mais atividades específicas a respeito de cada unidade didática;
- 4) Aulas expositivo-dialogadas;
- 5) Disponibilização de Links externos: de vídeos e textos relacionados com o tema de cada aula.

9 BIBLIOGRAFIA BÁSICA

Disponíveis na Minha Biblioteca

- Medeiros, V. Z., Caldeira, A. M., & Silva, L.M.O. D. et al. (2013). *Pré-Cálculo* (3rd ed.). Cengage Learning Brasil.

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788522116515>

- Rogawski, J., Adams, C., & Doering, C. I. (2018). *Cálculo*. v.2 (3rd ed.). Grupo A.

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788582604588>

- Bispo, C.A. F., Castanheira, L. B., & Filho, O.M. S. (2017). *Introdução à Lógica Matemática*. Cengage Learning Brasil.

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788522115952>

- Leithold, L. (1990). *O Cálculo com Geometria Analítica*. (3rd ed.).

10 BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- ALENCAR, Edgar F. **Iniciação à lógica matemática**. 18ª ed. São Paulo: Livraria Nobel S. A., 2000.
- VILLAR, B. **Raciocínio Lógico-Matemático Facilitado**. 5ª ed. Editora Método, 2019.
- Ferreira, J.M., Ramos, S.C., Scherner, M.L.T.; **Raciocínio Analítico. Construindo e Entendendo a Argumentação**, Editora Atlas, 2010.
- Perelman, Chaim; Olbrechts-Tyteca, L.; **Tratado da argumentação: a nova retórica**; Editora Martins Fontes, 2005.

11 CRONOGRAMA GERAL DE EXECUÇÃO

Semanas	Tema	Data	Conteúdo Programático	CH Semanal Total
1	Introdução ao Cálculo	14/03/2025	Funções Lineares e polinomiais	3h + 1h
2	Introdução ao Cálculo	21/03/2025	Funções Exponenciais e Regras de Derivação	3h + 1h
3	Introdução ao Cálculo	28/03/2025	Derivadas e Aplicações de derivadas	3h + 1h
4	Introdução ao Cálculo	04/04/2025	Derivadas e Aplicações de derivadas	3h + 1h
5	Introdução ao Cálculo	11/04/2025	Matrizes	3h + 1h
		18/04/2025	FERIADO	
6	Introdução ao Cálculo	25/04/2025	Sistemas Lineares	3h + 1h
7	Prova 1	02/05/2025	Prova 1 - Pré cálculo e sistemas lineares	3h + 1h
8	Lógica de Argumentação	09/05/2025	Introdução a Lógica	3h + 1h
9	Lógica de Argumentação	16/05/2025	Sentenças, Operações Relação	3h + 1h
10	Lógica de Argumentação	23/05/2025	Proposições simples, compostas e negação	3h + 1h
11	Estudo das Proposições	30/05/2025	Conectivos lógicos e Tabelas Verdade	3h + 1h
12	Estudo das Proposições	06/06/2025	Equivalencia entre proposições e Negação de proposição	3h + 1h
13	Estudo das Proposições	13/06/2025	Argumentação e Raciocínio Analítico	3h + 1h
14	Estudo das Proposições	20/06/2025	Argumentação e Raciocínio Analítico	3h + 1h
15	Prova 2	27/06/2025	Prova 2 - Raciocínio Lógico	3h + 1h
		04/07/2025	Semana estudos	
	Exame Final	11/07/2025	Exame - Cálculo, Lógica de Argumentação e Proposições	4h



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO GERAL E APLICADA
COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

DISCIPLINA: ADMINISTRAÇÃO DE VAREJO E SERVIÇOS

CÓDIGO: SA-075 C.H. 60 horas

CURSO: ADMINISTRAÇÃO CRÉDITOS: 4

Prof. Paulo Prado – www.pauloprado.com

PROGRAMA:

1 - OBJETIVO:

Apresentar os aspectos específicos da administração mercadológica de empreendimentos varejistas e de serviços, contextualizando a teoria e a prática do marketing através de abordagens mais aprofundadas nestes segmentos.

2 - EMENTA:

Evolução e formatos do varejo, sistema de informação de marketing no varejo, segmentação e posicionamento no varejo. Decisões do composto de marketing no varejo. Características e classificação dos serviços. O processo dos serviços. Marketing de relacionamento e endomarketing. Estratégias de serviços. Decisões do composto de marketing nos serviços.

3 - CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Evolução do varejo
2. Formatos e classificações do varejo
3. Sistema de informação de marketing no varejo
4. Segmentação e posicionamento mercadológico no varejo
5. Decisões de administração de produtos, política de preços, localização e ambientação, composto promocional no varejo.
6. Características e classificações dos serviços
7. O processo de prestação de serviços
8. Marketing de relacionamento
9. Endomarketing
10. Estratégias de posicionamento de serviços
11. Decisões de sistemas de entrega, de preços e de promoção de serviços.



4 - AVALIAÇÃO DOS RESULTADOS:

A avaliação dos alunos será feita em função de provas individuais bimestrais, trabalhos extraclasse (Trabalhos em grupo, individuais e Análise de Casos), participação nos trabalhos desenvolvidos em sala e assiduidade, com peso de 40% na nota do bimestre.

A nota final dos trabalhos será calculada da seguinte forma: 50% composta pela média dos trabalhos desenvolvidos, e 50% pela nota da apresentação do texto de pesquisa.

As **provas individuais** feitas em sala terão peso de 60% para formação da nota do bimestre.

Deverão ser discutidos no curso até **6 CASOS/TRABALHOS**. Estes serão distribuídos na semana anterior à sua discussão. Os relatórios dos casos deverão ser entregues sempre na aula seguinte à discussão do caso. Este deverá conter um breve descritivo na situação encontrada no caso, uma análise da situação proposta (tanto no texto como com informações adicionais obtidas em revistas, jornais, internet, etc), e as soluções propostas pelo grupo. Os relatórios deverão ser entregues em grupos de até 5 pessoas. Alunos que não estiverem presentes nas datas de discussão dos casos deverão entregar seus relatórios individualmente. Todos os participantes deverão ter condições de discutir os casos em sala, e será incentivada a participação de todos os alunos.

As **apresentações dos textos de pesquisa** deverão ser em grupos de até 5 alunos. Cada grupo fará uma apresentação no semestre, conforme calendário definido. Os papers são técnicos, o que significa que as apresentações deverão se desenvolver em 15 a 20 minutos, explorando o tema do paper, a metodologia utilizada e seus resultados, bem com implicações gerenciais. Estas últimas deverão ser trabalhadas em maior profundidade pelos apresentadores, procurando estabelecer ligações com casos práticos e situações encontradas no mercado, além de procurar atualizações sobre o tema. A apresentação deverá ser entregue em formato ppt.

Os relatórios, resolução de cases e outras atividades deverão ser postados no UFPR VIRTUAL sempre na aula seguinte à discussão destes. Todos os participantes deverão ter condições de discutir os casos, relatórios e atividades, e será incentivada a participação de todos.

Os textos de referência serão Wirtz, J, Hemzo, M.A.; Lovelock, C. Marketing de Serviços, 8ª Edição, São Paulo : Saraiva, 2020 (WHL) e Mattar, F. Administração de Varejo Elsevier : Rio de Janeiro, 2ª edição, 2019 (FM). Ambos os textos estão disponíveis na "Minha Biblioteca", da SIBI UFPR. Caso um aluno não possa estar presente na aula e queira recuperar presença, deve fazer uma resenha do(s) capítulo(s) referenciados àquela aula. Esta deverá ser postada também em pasta específica por aula no UFPR Virtual, em um documento de até 2 laudas (espaço simples, fonte Times New Roman tamanho 12) contendo, nas suas palavras, as ideias principais do capítulo em análise. Este é individual e será realizada de forma assíncrona.

A estrutura do Projeto será discutida em sala, bem como os relatórios intermediários e o formato de apresentação.



Casos de plágio serão penalizados com nota 0 no correspondente trabalho para todos os alunos envolvidos.

Abonos de faltas, exercícios não entregues nas datas corretas, exercícios domiciliares, provas de 2ª chamada e eventuais problemas disciplinares deverão ser discutidos diretamente com a coordenação do curso de Administração.

5 - BIBLIOGRAFIA:

Bibliografia básica de leitura obrigatória:

Mattar, F. **Administração de Varejo** Elsevier: Rio de Janeiro, 2ª edição, 2019 **(FM)**.
Parente, Juracy. Barky, Edgar. **Varejo no Brasil**, atlas, 2014.

Wirtz, J, Hemzo, M.A.; Lovelock, C. **Marketing de Serviços**, 8ª Edição, São Paulo: Saraiva, 2020 **(WHL)**

Bitner, M.J.; Gremler, D.; Zeithaml, V. **Marketing de Serviços**, Bookman, 2014.

Referências bibliográficas adicionais:

Mason, J.B.; Mayer M. L. E Wilkinson, **Modern Retailing: Theory and Practice**, Irwin, 2005.

Mcgoldrick, Peter. J. **Retail Marketing**, Mcgraw Hill, 1990.

Kotler, Philip. **Administração De Marketing**. Prentice Hall, 2011.

Levy, R; Weitz, B. **Administração do Varejo**, Atlas, 2000

Albrecht, K. **Service within**. Irwin, 1990.

Albrecht, K.; Bradford, L.J. **Serviços com qualidade**. Makron, 1992.

Anderson, K.; Zenke, R. **Fornecendo um super serviço ao cliente**. Campus, 1995.

Angelo, Claudio f. De, e Silveira, J.A.G. **série – Varejo Competitivo**, Atlas, 1993 a 2011.

Bateson, J.E.G. **Marketing de Serviços**. Dryden Press, 2009.

Berry, L.L. **Serviços de Satisfação Máxima**, Atlas, 2000.

Berry, L.L., Parasuraman, A., **Serviços de marketing**. Maltese - Norma, 1992

Brum, A.M. **Endomarketing como estratégia de gestão**, L&PM, 1998

Carlson, J. **A Hora da Verdade**, COP, 1994

Cerqueira, W. **Endomarketing - Educação e Cultura para a Qualidade**. Qualitymark, 1994.

Cobra, M. **Marketing de serviços**. Editora Cobra, 2010.

Fitzsimmons, J. **Administração de Operações de Serviços**, Bookman, 2001.

Gordon, Ian. **Marketing De Relacionamento**, Futura, 2009.

Grönroos, C. **Marketing: gerenciamento e serviços**. Campus, 2010.

Heskett, J. **Lessons in the Service Sector**, HBR, abril, 1987.

Heskett, J.L.; Sasser, W.E.; Hart, C.W. **Serviços revolucionários**. Pioneira, 1994.

Kotler. P.; Bloom, P.N. **Marketing para serviços profissionais**. Atlas, 1990.

Schostack, G. **Designing Services that Deliver**, HBR, janeiro, 1984

Vavra, T. **Marketing de Relacionamento**. Atlas, 2008.



Currículo Resumido: Paulo Henrique Muller Prado.

Doutor em Administração e Marketing (EAESP-FGV), Mestre em Administração-Marketing (CEPPAD-UFPR), Especialista em Marketing (CEPPAD-UFPR), e Engenheiro Eletrônico (FEE-UNICAMP).

Professor Titular de Marketing no Curso de Administração da UFPR, coordenador em exercício do mestrado e doutorado (2012), vice coordenador (2010-2011) e coordenador na área de marketing neste curso (pós-graduação – 2004-2010, 2013-2016, 2018). Coordenador do CEPPAD-UFPR (1996-1997). Coordenador da Especialização em Marketing (1996-1997) e do MBA em Marketing (2021-2022). Coordenador do Intercambio do MBA e in-company com a *Warrington College of Business* (Universidade da Florida - 2013) e com a NOVA-IMS (Universidade Nova de Lisboa - 2016-2024)

Professor Visitante na *Sauder School of Business*, University of British Columbia, Canadá (2017). Professor Visitante na NOVA-IMS, Universidade Nova de Lisboa, Portugal (2022).

Coordenador eleito da **Divisão de Marketing** (2013-2014, 2018-2020) da ANPAD, membro do Comitê Científico nesta divisão (2011-2012), e coordenador de tema Comportamento do Consumidor (2007-2008 e 2010) e Teoria e Modelos em Marketing (2015-2017).

Instrutor em diversos programas de treinamento em empresas (CORREIOS-Pr, SANEPAR, EMBRATEL, PERFIAPAR, SINDIMETAL, BANESTADO, BANCO DO BRASIL, TIM, TECPAR, ABRADÉE, CEEE, COPEL, ELETROPAULO, CERJ, CEMIG, CPFL, ESCELSA, ENERSUL, LIGHT, CELPE, COELCE, COELBA entre outras) e pós-graduação lato e stricto-sensu (CEPPAD-UFPR, CDE-FAE-Pr, ESIC, PUC-PR, EAESP-FGV, EPAB-FGV, GVPEC-Renner, ILG-GVConsult, OCEPAR, UP, UNERJ, UNINDUS, UTFPR, UNIVILLE, UNIOESTE, UNIOESC, UEPG, ISAD-Pr, entre outros).

Consultor em Planejamento de Marketing, Estudos de Mercado e Estratégias de Relacionamento em empresas como AMBIENTEC, ADATEL, AIS/Senai PR, ANEEL, BANESTADO, BERGERSON, CAPITALIZA, CEMIG, CERJ, CESBE, CNH, COELCE, COMPAGAS, CONDOR, COPEL, CORREIOS-Pr, Livrarias CURITIBA, DAAL/Grupo OM, DOCOL, DOM BOSCO, ECCO-SALVA, ECORE, EDITEL, ELECTROLUX, ESTAÇÃO CONVENTION CENTER, FURUKAWA, GRALHA AZUL, FRIMESA/Grupo OM, Sementes GUERRA – LIMAGRAIN, HERBARIUM, HSBC, ITAMBÉ, JÁ ENTENDI/Senai, JACQUET-BROSSARD (França), LAQUILA, Grupo LANCASTER, Grupo MARISTA, MILITEC, MORO, NISSAN, NISSEI, NUVITAL, OELO, Grupo OPET, PETROBRAS, RENAULT, SANEPAR, Construtora SÃO JOSÉ (SP), SENAC-Pr, SENOBLE (França), SOFTMARKETING, SPAIPA (Coca-Cola), TAFISA, TALKEN, TVA, TYSON FOODS-MACEDO, UNIMED-Pr, VERTRAG-Pref. Passo Fundo, entre outras. Consultor para Análise de Dados e Modelagem do IASC (Índice ANEEL de Satisfação do Consumidor) e do ISSC (Índice SANEPAR de Satisfação do Consumidor). Disseminador no Setor Elétrico do IASC e Modelos de Simulação da Satisfação do Consumidor junto a empresas como Eletropaulo, Grupo Iberdrola, CPFL, Copel, CEEE, Light, entre outras. Consultor Ad Hoc do CNPq e da CAPES. Bolsista nível 2 em Pesquisa CNPq (2008-2010; 2013-2015).

Autor e co-autor em mais de 150 artigos técnicos em Estratégia de Marketing, Estratégia de Relacionamento, Comportamento do Consumidor, e Modelos e Análise de Dados em Marketing em Congressos Nacionais (EnANPAD, EMA, CEV, SIMPOI) e Internacionais (ACR, EMAC, AMA, BALAS, AIRSI), Revistas Técnicas na área (EJM, JPBM, IMM, MIP, JBM, JFM, *Frontiers of Psychology*, *Sustainability*, *Tourism Review*, RAE, BAR, RAUSP, ReMark, entre outras) e Capítulos de Livros. Co-autor do livro *Lucratividade pela Inovação*, Editora Campus-Elsevier, com apoio da Microsoft, 2006.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO GERAL E APLICADA
COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Prêmios:

- Melhor trabalho no Prêmio Excelência em Varejo – PROVAR 1998, oferecido pelo PROVAR-USP, Fundação EDUCAR-D’Paschoal, Editora Atlas e Folha de São Paulo.
- Menção Honrosa (3º colocado) no Prêmio Excelência em Varejo - PROVAR 2000.
- Menção Honrosa na Área de Marketing do ENANPAD 2001 (entre os 3 melhores trabalhos).
- Melhor trabalho acadêmico no CATI 2004.
- Menção Honrosa (2º colocado) no Prêmio Excelência em Varejo - PROVAR 2004.
- Menção Honrosa (3º colocado) no Prêmio Excelência em Varejo - PROVAR 2005.
- Menção Honrosa (entre os 3 melhores trabalhos acadêmicos) no 1º Congresso Latino-Americano de Varejo (2008).
- Melhor trabalho no Prêmio Excelência em Varejo – PROVAR 2009.
- Indicado para o prêmio de melhor trabalho na divisão de Marketing (entre os 3 melhores) – ENANPAD 2015.
- Melhor trabalho no Encontro de Marketing da Anpad (EMA-2016).
- Nominado Marketing Fellow – Divisão de Marketing da Anpad 2021, pelos serviços prestados à Academia Brasileira de Marketing
- Melhor Trabalho baseado em Tese de Doutorado (orientador) – ENANPAD 2023.
- Nominado membro do *Advisory Board* do *Kolter Impact* no Brasil (2023)



Plano das Aulas – 1º bimestre de 2025

Data	Tópico	Leitura Prévia	Apresentações/Trabalhos	Equipe	Trabalhos
11/03	Apresentação e Introdução				P1 Definição do Desafio
18/03	Características e Classificações de Serviços	Capítulo 1 WHL Capítulo 1 – Z&B			P2 Busca de Informações
	A Experiência de Consumo	Leitura Complementar			
25/03	A Estratégia de Serviços	Capítulo 3 – WHL Capítulos 8 e 10 – Z&B	Produtos Conectados e Inteligentes		P2 Busca de Informações
01/04	O Processo de Prestação de Serviços	Capítulo 8 – WHL Capítulos 11 e 12 – Z&B	Quatro Maneiras de Reinventar os serviços		P2 Busca de Informações
	Qualidade em Serviços	Capítulo 14 – WHL Capítulos 3 e 4 –Z&B			
14/04	Precificação em Serviços	Capítulo 6 – WHL Capítulo 16 – Z&B	Use preço para criar valor compartilhado		P3 Gerar Insights
22/04	Endomarketing	Capítulo 11 – WHL Capítulo 11 – Z&B	Como o Netflix reinventou o RH		P4 Busca de Oportunidades
29/04	Marketing de Relacionamento	Capítulo 6 – WHL Capítulo 12 e 13 – L&W	Atividade em EaD		P4 Buscar Oportunidades
06/05	1ª Avaliação				



Plano das Aulas – 2º bimestre de 2025

Data	Tópico	Leitura Prévia	Apresentações	Equipe	Trabalhos
13/05	Localização	Capítulo 6 – Mattar Capítulo 12 – Parente	Área de influência		Localização
20/05	Ambientação e Layout	Capítulo 11 – Parente	Sua empresa quer ser uma Ebay?		P5 Protótipos
27/05	Gestão de Produtos e Categorias	Capítulo 9 e 11 – Mattar Capítulo 7 – Parente	Making Stores matter		Gestão de Categorias
03/06	Política de Preços	Capítulo 12 – Mattar Capítulo 6 – Parente	Que produtos manter em estoque? Use preço para criar valor compartilhado		P6 Formatação Proposta
10/06	SIM no Varejo	Capítulo 5 e 14 – Mattar Capítulo 5 – Parente	Beyond the Hype (big data)		P6 Formatação Proposta
17/06	Apresentação Projetos				
24/06	2ª Avaliação				
01/07	Exame				

Ficha 2

2025_I semestre

Disciplina EMPREENDEDORISMO e CRIAÇÃO DE NOVOS NEGÓCIOS								Código: SAOB49
Natureza: (X) Obrigatória	(X) Semestral () Anual () Modular							
Pré-requisito: -	Co-requisito: -		() Totalmente Presencial () Totalmente EaD (X) Parcialmente EaD					
CH Total: 60h Prática como Componente Curricular (PCC): 00 CH semanal presencial: 3h	Padrão (PD): 45h	Laboratório (LB): 00	Campo (CP): 00	Estágio (ES): 00h	Orientada (OR): 15h	Prática Específica (PE): 00	Estágio de Formação Pedagógica (EFP): 00	

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-ACE-PCC)

***indicar a carga horária que será à distância.**

INTRODUÇÃO

A disciplina propicia o espaço para a reflexão e aplicação do conteúdo apresentado nas demais áreas de Administração. Por sua vez, o desenvolvimento de um Plano de Negócios e sua análise de viabilidade ampliam a visão do aluno a respeito da aplicação dos conteúdos já vistos, e o aproxima das futuras disciplinas.

EMENTA

Introdução aos conceitos empreendedores. Geração de ideias para novos negócios. Seleção de ideias e soluções. Canvas de Proposta de Valor. Finanças e fontes de prospecção de investimentos. Identificação de Mercado. Prototipando o produto. Prototipando o negócio. Preparação para as bancas. Bancas externas de avaliação (Pitch Day).

OBJETIVO GERAL

Dois objetivos norteiam a disciplina SAOB49: o primeiro é apresentar ao aluno os conceitos de Empreendedorismo e os mecanismos que desencadeiam o processo empreendedor. A intenção é aproximá-lo dos fundamentos necessários para a criação e manutenção de novos negócios. Ao final da disciplina, o aluno estará apto a criar seu próprio negócio e, mais importante, poderá implantar os princípios da postura empreendedora na organização onde atuar. O segundo objetivo é ampliar a perspectiva empreendedora, e apresentar o conceito de Empreendedorismo como atitude necessária a todos os tipos de organizações.

OBJETIVO ESPECÍFICO

A disciplina tem como objetivo específico desenvolver as aptidões que incentivam as boas práticas empreendedoras.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

As aulas serão ministradas no modo síncrono (45h) e assíncrono (15h), com base nos princípios criativos da andragogia. Serão utilizadas metodologias ativas de ensino centradas no aluno, interação em ambientes virtuais

de aprendizagem, tecnologias digitais, palestras de especialistas convidados, seminários, discussões em grupo, bancas públicas a investidores e empreendedores, exercícios e trabalhos práticos facilitadores da aprendizagem.

CANAIS DE COMUNICAÇÃO E AMBIENTE VIRTUAL

A comunicação será realizada na plataforma UFPR VIRTUAL, em endereço a ser informado ao início das aulas. Também está disponível o email mmay@ufpr.br e eventualmente, e em caso de necessidade, o celular (41) 997018000

PROGRAMA SAOB49 TURMA M1, QUARTAS-FEIRAS, 7h30 – 10h30h

1	12 mar	Apresentação. Introdução aos conceitos empreendedores
2	19 mar	Palestra com empreendedor convidado (a confirmar)
3	26 mar	Geração de ideias para novos negócios
4	2 abr	Seleção de ideias e soluções. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
5	9 abr	Canvas de Proposta de Valor. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
6	16 abr	Finanças e fontes de prospecção de investimentos. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
7	23 abr	PROVA INDIVIDUAL. Entrega virtual dos projetos Etapa I. Encontro com empreendedor convidado pela eq.
8	30 abr	SEGUNDA CHAMADA. Identificação de Mercado. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
9	7 mai	P1 Prototipando o produto. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
10	14 mai	P2 Prototipando o produto. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
11	21 mai	Prototipando o negócio. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
12	28 mai	Preparação para bancas de avaliação dos Pitches. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
13	4 jun	B1 banca de avaliação com convidados externos - Pitch
14	11 jun	B2 Banca de avaliação com convidados externos – Pitch. Entrega virtual dos projetos Etapa II
15	18 jun	Atividade a distância, vídeo-aula previamente gravada sobre o conteúdo semestral.
16	9 jul	EXAME FINAL

Encontro com empreendedor convidado pela equipe

AVALIAÇÃO

	Etapas	Pontuação máxima
1	Prova individual	30
2	Entrega virtual dos projetos Etapa I	15
3	Entrega virtual dos projetos Etapa II	30
4	Banca de avaliação com convidados externos - Pitch	20
5	Empreendedor convidado	5
	total	100
	EXAME FINAL	100

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BLANK, S.; DORF, B. Startup: manual do empreendedor. Rio de Janeiro: Alta Books, 2014.
OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. Business model generation: inovação em modelos de negócios. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011
SEBRAE. Disciplina de empreendedorismo – Manual do aluno. Brasília: Sebrae, 2016. Disponível em <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/bc0a1b29c05ef9eb60a43c1303b881e8/\\$File/5696.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/bc0a1b29c05ef9eb60a43c1303b881e8/$File/5696.pdf)>



BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AMBROSE, Gavin: Design Thinking. Porto Alegre: Bookman, 2011.

KNAPP, Jake. Sprint: o método usado no Google para testar e aplicar novas ideias em apenas cinco dias. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2017.

REIS, Eric. O estilo Startup: como as empresas modernas usam o empreendedorismo para se transformar e crescer. Rio de Janeiro: Leya, 2018.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
 UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
 SETOR DE __SOCIAIS E
 APLICADAS _____

Coordenação do Curso de ou Departamento
 de _____

Ficha 2 (variável)

Disciplina: MATEMÁTICA FINANCEIRA N1				Código: SAOB21			
Natureza:		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/>					
<input checked="" type="checkbox"/> Obrigatória <input type="checkbox"/> Optativa		Modular					
Pré-requisito:	Co-requisito:		Modalidade: <input type="checkbox"/> Totalmente Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EAD <input type="checkbox"/> Parcialmente EAD: _____ *CH				
CH Total:60H							
CH Semanal: 4H							
Prática como Componente Curricular (PCC):	Padrão (PD):45 H	Laboratório (LB):	Campo (CP):	Estágio (ES):	Orientada (OR): 15H	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):
Atividade Curricular de Extensão (ACE):							

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Ambiente empresarial, princípios de finanças corporativas, valor do dinheiro no tempo. **45HS**

Elaboração de exercícios (EAD) 15 HS

PROGRAMA

1. Finanças nas organizações
 - 1.1 Introdução.
 - 1.2 Finanças organizacionais.
 - 1.2.1 O Valor
 - 1.2.2 Decisões de financiamento, de investimento e de dividendos.
 - 1.2.3 Finanças e outras ciências
 - 1.2.4 Finanças e as demais atividades da organização
 - 1.3 Tipos de organizações
 - 1.4 Separação entre propriedade e controle
2. O valor do dinheiro no tempo
 - 2.1 Formação das taxas de juros.
 - 2.2 Formas de capitalização
 - 2.3 Capitalização simples
 - 2.4 Capitalização composta
 - 2.5 Capitalização contínua
 - 2.6 As tabelas Financeiras
 - 2.7 As calculadoras Financeiras
 - 2.8 As planilhas eletrônicas e os softwares Financeiros
 - 2.9 Sistemas de amortização

OBJETIVO GERAL

Apresentar visão ampla das finanças empresariais e introduzir a noção de valor do dinheiro no tempo

OBJETIVO ESPECÍFICO

Apresentar o ambiente financeiro da organização.
Compreender a noção de Valor do Dinheiro no Tempo.

Dominar matemática Financeira

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

Encontros presenciais semanal com aulas expositivas (45 hs)

Seguida de debate e esclarecimento de dúvidas Professor -aluno.

Apresentação de problemas pelos alunos.

Esclarecimento de dúvidas – entre alunos.

Fórum permanente para debate, esclarecimentos de dúvidas e resolução de exercícios: Serão utilizados os seguintes recursos: quadro de giz, notebook e projetor multimídia.

Resolução de exercícios (EAD) 15 hs

FORMAS DE AVALIAÇÃO

Será apresentado aos alunos o calendário das provas (2) bimestrais e uma final

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

LEMES JÚNIOR, A. B.; RIGO, C. M.; CHEROBIM, A. P. *Fundamentos de finanças empresarias*. Rio de Janeiro: 2ª edição no prelo – Capítulos UM e TRÊS serão disponibilizados aos alunos.
CORELLI, Angelo. *Analytical Corporate Finance* – capítulo DOIS. Disponível livro em pdf para os alunos.
SANDRINI, Jackson Ciro. CHEROBIM, Ana Paula Mussi Szabo. *Capitalização de Juros em Renegociação de Dívidas - Sistemas de Amortização*. Curitiba. Juruá Editora 2013. Capítulos 2, 3 e 4.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

GILLI, Manfred. *Computational methods in financial engineering* [recurso eletrônico]
Acesso: <https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-540-77958-2>

MATIAS, Rogerio. SEIJAS, Macias. Manual de matemática financeira. Acesso:
<https://repositorio.ipv.pt/handle/10400.19/2900>

TOP CVM – Mercado de Valores Mobiliários Brasileiro. 4ª edição 2019

TOP CVM – Análise de Investimentos 2017

TOP CVM – Planejamento Financeiro Pessoal. 2019

Os livros TOP CVM estão disponíveis gratuitamente em:

https://www.investidor.gov.br/publicacao/publicacoes_apresentacao.html

[Apostila Edgar Abreu CEA Certificado de Analista de Investimento –
www.edgarabreu.com.br pg 81 a 103 download gratuito](http://www.edgarabreu.com.br/pg_81_a_103_download_gratuito)

Professor Luiz Henrique fortes Braga



Documento assinado eletronicamente por **LUIZ HENRIQUE FORTES BRAGA, PROFESSOR 3 GRAU**, em 05/02/2025, às 18:35, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7474699** e o código CRC **D28F37F1**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
 UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
 SETOR DE __SOCIAIS E
 APLICADAS _____

Coordenação do Curso de ou Departamento
 de _____

Ficha 2 (variável)

Disciplina: MATEMÁTICA FINANCEIRA NM/MN				Código: SAOB21			
Natureza:		(X) Semestral () Anual () Modular					
(X) Obrigatória							
() Optativa							
Pré-requisito:	Co-requisito:		Modalidade: () Totalmente Presencial () Totalmente EAD () Parcialmente EAD: _____ *CH				
CH Total:60H							
CH Semanal: 4H							
Prática como Componente Curricular (PCC):	Padrão (PD):45 H	Laboratório (LB):	Campo (CP):	Estágio (ES):	Orientada (OR): 15H	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):
Atividade Curricular de Extensão (ACE):							

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Ambiente empresarial, princípios de finanças corporativas, valor do dinheiro no tempo. **45HS**

Elaboração de exercícios (EAD) 15 HS

PROGRAMA

1. Finanças nas organizações
 - 1.1 Introdução.
 - 1.2 Finanças organizacionais.
 - 1.2.1 O Valor
 - 1.2.2 Decisões de financiamento, de investimento e de dividendos.
 - 1.2.3 Finanças e outras ciências
 - 1.2.4 Finanças e as demais atividades da organização
 - 1.3 Tipos de organizações
 - 1.4 Separação entre propriedade e controle
2. O valor do dinheiro no tempo
 - 2.1 Formação das taxas de juros.
 - 2.2 Formas de capitalização
 - 2.3 Capitalização simples
 - 2.4 Capitalização composta
 - 2.5 Capitalização contínua
 - 2.6 As tabelas Financeiras
 - 2.7 As calculadoras Financeiras
 - 2.8 As planilhas eletrônicas e os softwares Financeiros
 - 2.9 Sistemas de amortização

OBJETIVO GERAL

Apresentar visão ampla das finanças empresariais e introduzir a noção de valor do dinheiro no tempo

OBJETIVO ESPECÍFICO

Apresentar o ambiente financeiro da organização.
Compreender a noção de Valor do Dinheiro no Tempo.

Dominar matemática Financeira

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

Encontros presenciais semanal com aulas expositivas (45 hs)

Seguida de debate e esclarecimento de dúvidas Professor -aluno.

Apresentação de problemas pelos alunos.

Esclarecimento de dúvidas – entre alunos.

Fórum permanente para debate, esclarecimentos de dúvidas e resolução de exercícios: Serão utilizados os seguintes recursos: quadro de giz, notebook e projetor multimídia.

Resolução de exercícios (EAD) 15 hs

FORMAS DE AVALIAÇÃO

Será apresentado aos alunos o calendário das provas (2) bimestrais e uma final

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

LEMES JÚNIOR, A. B.; RIGO, C. M.; CHEROBIM, A. P. *Fundamentos de finanças empresarias*. Rio de Janeiro: 2ª edição no prelo – Capítulos UM e TRÊS serão disponibilizados aos alunos.
CORELLI, Angelo. *Analytical Corporate Finance* – capítulo DOIS. Disponível livro em pdf para os alunos.
SANDRINI, Jackson Ciro. CHEROBIM, Ana Paula Mussi Szabo. *Capitalização de Juros em Renegociação de Dívidas - Sistemas de Amortização*. Curitiba. Juruá Editora 2013. Capítulos 2, 3 e 4.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

GILLI, Manfred. *Computational methods in financial engineering* [recurso eletrônico]
Acesso: <https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-540-77958-2>

MATIAS, Rogerio. SEIJAS, Macias. Manual de matemática financeira. Acesso:
<https://repositorio.ipv.pt/handle/10400.19/2900>

TOP CVM – Mercado de Valores Mobiliários Brasileiro. 4ª edição 2019

TOP CVM – Análise de Investimentos 2017

TOP CVM – Planejamento Financeiro Pessoal. 2019

Os livros TOP CVM estão disponíveis gratuitamente em:

https://www.investidor.gov.br/publicacao/publicacoes_apresentacao.html

[Apostila Edgar Abreu CEA Certificado de Analista de Investimento –
www.edgarabreu.com.br pg 81 a 103 download gratuito](http://www.edgarabreu.com.br/pg_81_a_103_download_gratuito)

Professor Luiz Henrique fortes Braga



Documento assinado eletronicamente por **LUIZ HENRIQUE FORTES BRAGA, PROFESSOR 3 GRAU**, em 05/02/2025, às 18:36, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7474705** e o código CRC **8E4D64F3**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE

Coordenação do Curso de ou Departamento
de

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Administração do Terceiro Setor e Negócios de Impacto Social		Código: SAOP01
Natureza: <input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Optativa		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral Modular <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/>
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Totalmente Presencial <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Totalmente EAD <input type="checkbox"/> Parcialmente EAD: _____ *CH

CH Total: 60H (45h PD + 15h OR)							
CH Semanal:							
Prática como Componente Curricular (PCC):	Padrão (PD):	Laboratório (LB):	Campo (CP):	Estágio (ES):	Orientada (OR):	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):
Atividade Curricular de Extensão (ACE):							

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Introdução ao Terceiro Setor: origem, definição e papéis. As organizações do Terceiro Setor e a sua interface com o Estado e com o mercado; Empreendedorismo social. Negócios de impacto social. O planejamento estratégico e as organizações do terceiro setor; Gestão de pessoas nas organizações do terceiro setor; Gestão financeira, sustentabilidade das organizações, captação e mobilização de recursos; Marketing para o terceiro setor.

PROGRAMA

- Introdução ao conceito do Terceiro Setor
- As organizações do Terceiro Setor e a sua interface com o Estado
- As organizações do Terceiro Setor e a sua interface com o mercado
- Empreendedorismo Social e Negócios de Impacto Social
- O planejamento estratégico e as organizações do terceiro setor
- Gestão de pessoas nas organizações do terceiro setor
- Gestão financeira, sustentabilidade das organizações e mobilização de recursos
- Marketing para o terceiro setor

OBJETIVO GERAL

Ao final da disciplina, o(a) estudante deverá ser capaz de reconhecer uma organização do terceiro setor e verificar suas potencialidades e limitações de atuação no contexto brasileiro e internacional. Deverá também ser capaz de identificar, avaliar e aplicar abordagens e ferramentas de gestão voltadas à solução de problemas e à sustentabilidade das organizações do terceiro setor.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Explorar junto ao(a) estudante o estudo da gestão das organizações do terceiro setor e de seus desdobramentos práticos, aplicando-os às competências do administrador.
- b) Analisar junto ao(a) estudante as complexidades do terceiro setor com as perspectivas de avanço da democracia, da sociedade civil e do desenvolvimento sustentável, concedendo-lhe uma visão sistêmica.
- c) Criar um ambiente que estimule o(a) estudante a relacionar-se criticamente com as informações apreendidas, por meio da reflexão.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A. Metodologia de ensino-aprendizagem

O método de ensino-aprendizagem utilizado é centrado no estudante, em que a professora terá o papel de facilitadora. A disciplina será conduzida por meio de exposições dialogadas, leitura e discussão de casos, reportagens e vídeos, resolução de problemas e interação entre professor e estudantes, de acordo com a programação das aulas. A turma poderá ser dividida em grupos de trabalho para resolução de atividades durante as aulas síncronas e para entregas assíncronas.

B. Sistema de Comunicação

Toda a comunicação será feita a partir da sala de aula referente à disciplina criada no Microsoft Teams e via e-mail (barbara.galleli@ufpr.br).

C. Material Didático Específico

Os materiais da disciplina, como cronograma de aulas e atividades, artigos, capítulos de livros, casos, atividades e vídeos, estarão disponíveis em pastas específicas no Microsoft Teams, e serão compartilhados pela professora com a turma.

D. Entrega de atividades

A atribuição e a entrega de atividades avaliativas serão realizadas por meio da sala de aula referente à disciplina criada no Microsoft Teams

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A média semestral do(da) estudante resultará do somatório das atividades individuais e em equipe.

Se a nota final for igual ou superior a 70 o(a) estudante está aprovado.

Se estiver entre 40 e 69 o aluno deverá fazer Exame Final.

Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o(a) estudante estará reprovado(a).

A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h).

A nota semestral da disciplina será composta da seguinte forma:

TIPO DE AVALIAÇÃO	FORMA DE AVALIAÇÃO	DATA	REALIZAÇÃO	PESO DA NOTA
Atividades	Atividades individuais e em dupla.	Durante o semestre	Tarefa no ambiente virtual	20%
Avaliação	Individual.	A definir	Sala de aula	40%
Projeto de Intervenção (PI)*	Trabalho em equipes. Relatório final e apresentação	A definir	Tarefa no ambiente virtual e sala de aula.	40%
TOTAL				100%

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

ANASTACIO, M. R.; CRUZ FILHO, P. R. A; MARINS, J. **Empreendedorismo social e inovação social no contexto brasileiro**. Curitiba: PUCPRESS Editora Universitária Champagnat, 2018. Disponível em: <https://institutolegado.org/downloads/ens-brasil-ebook.pdf>

AUSTIN, J. et al. **Parcerias sociais na América Latina**: lições da colaboração entre empresas e organizações da sociedade civil, Banco Interamericano de Desenvolvimento. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

BARKI, E., COMINI, G.M.; TORRES, H.G. **Negócios de impacto socioambiental no Brasil**: como empreender, financiar e apoiar. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2019. Disponível em: http://ice.org.br/wp-content/uploads/2019/11/Neg%C3%B3cios-de-impacto-socioambiental-no-Brasil_ebook.pdf. Acesso em: 13 Apr 2021.

FISCHER, R. M. **O desafio da colaboração**: práticas de responsabilidade social entre empresas e terceiro setor. São Paulo: Gente, 2002.

FISCHER, R. M. et al. **Construindo a cidadania**: ações e reflexões sobre empreendedorismo e gestão social. São Paulo: [CEATS:FIA], 2005.

LIMEIRA, T.; LUNA, P. **Negócios de impacto social**. São Paulo: Editora Saraiva, 2018.

Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788553131501/>.

TACHIZAWA, T. **Organizações Não Governamentais e Terceiro Setor** - Criação de ONGs e Estratégias de Atuação. Grupo GEN, 2019. 9788597022186. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597022186/>. Acesso em: 13 Apr 2021

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

ABDALA, D. O. S.; ASSIS, L. B.; GONÇALVES, C. A.; ABDALA, R. A. Parcerias entre Estado e Organizações do Terceiro Setor: Perspectivas e Desafios em dois Hospitais de Belo Horizonte e Brasília. **Administração Pública e Gestão Social**, v. 7, n. 4, p. 187-196, 2015.

AQUINO, M. A. G. DE, CAVALCANTE, C. E., CALDAS, P. T., MENDES, J. D. S. In search of retention: volunteers in a Brazilian NGO. **Revista de Administração Da UFSM**, 13(1), 2020, 144–164. <https://doi.org/10.5902/1983465924970>

BARKI, E.; RODRIGUES, J.; COMINI, G. M. Negócios de impacto: Um conceito em construção. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (REGEPE)**, v. 9, n. 4, p. 477-501, 2020. Disponível em: <https://www.regepe.org.br/regepe/article/view/1980>

BOBBIO, N. **Ensaio sobre Gramsci e o conceito de sociedade civil**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CARVALHO, A. O.; FADUL, M. C. Os fatores críticos de sucesso na gestão de organizações não governamentais. **Administração Pública e Gestão Social**, v. 4, n. 2, p. 148-171, 2012.

CONCEIÇÃO, A. F.; SILVA, A. P. H. A Captação de Recursos e Gestão de Projetos no Terceiro Setor: O Caso da TV OVO. **Revista Brasileira de Gestão e Inovação**, v. 7, n. 1, p. 24-44, 2019.

COSTA, M. M. Paths for Improving nonprofit impact on society: lessons from government-nonprofit relationships in Brazil. In: **Anais... XLII Encontro da ANPAD, Enanpad 2018, Curitiba, 2018**.

DRUCKER, P. F. **Administração de organizações sem fins lucrativos**: princípios e prática. [s.l.] : São Paulo: Pioneira, c1995., 1995.

FISCHER, R. M. Estado, Mercado e Terceiro Setor: uma análise conceitual das parcerias intersetoriais. **Revista de Administração**, v. 40, n. 1, p. 5-18, 2005.

GOMES, R. C.; GOMES, L. O. M. In Search of a Stakeholder Management Theory for Third Sector Organizations. **Contabilidade, Gestão e Governança**, v. 18, n. 1, p. 43-60, 2015.

LAS-CASAS, A. L., TESKE, R., SILVA, S. C., & JOÃO, B. DO N. Experiências de captação de recursos e a interface com o marketing social: estudo de caso no Núcleo Social de Diadema. **Interações** (Campo Grande), 2021, 513–530. <https://doi.org/10.20435/inter.v22i2.2864>

LEE, N.R.; KOTLER, P. **Marketing social**. Editora Saraiva, 2019. 9788571440319. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788571440319/>. Acesso em: 13 Apr 2021

MELO NETO, F. P. de; FRÓES, C. **Empreendedorismo social**: a transição para a sociedade sustentável. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

OLIVEIRA, E. A.; GODOI-DE-SOUSA, E. O terceiro setor no Brasil: avanços, retrocessos e desafios para as organizações sociais. **Revista Interdisciplinar de Gestão Social**, v. 4, n. 3, p. 181-199, 2015.

PORTULHAK, H.; VAZ, P. V. C.; DELAY, A. J.; PACHECO, V. A qualidade da prestação de contas das entidades do Terceiro Setor: Uma análise a partir de sua relação com o comportamento dos doadores individuais. **Enfoque Reflexão Contábil**, v. 36, n. 1, p. 45-63, 2017.

PETRINI, M.; SCHERER, P.; BACK, L. Modelo de negócios com impacto social. **Revista de Administração de Empresas**, v. 56, p. 209-225, 2016. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rae/a/Nq7d3Q6dpNqCMxnKSdxQY3S/?format=pdf&lang=pt>

RODRIGUES, J., AOQUI, C., SIQUEIRA, A. C. F.; FISCHER, R. M. A dor da mudança: estudo de caso sobre a transição de um modelo sem fins lucrativos para um negócio social. **Anais... XIX Seminários em Administração**. XIX Semead, São Paulo, 2016.

SANTOS, N. C. D.; CORREIA, D. A.; SPERS, V. R. E.; CREMONEZI, G. O. G.; CASTRO, D. S. P.; OSWALDO, Y. C. A retenção de talentos não remunerados: um modelo de gestão dos voluntários que atuam no Terceiro Setor Brasileiro. **Revista Organizações em Contexto**, v. 11, n. 22, p. 47-80, 2015.

SILVA, R. S.; LESSA, B. S.; FERREIRA, A. G.; VELHO, A. G.; ANASTÁCIO, M. R. **Empreendedorismo social**. Porto Alegre: Sagha, 2019. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788533500204/>. Acesso em: 11 fev. 2022.

SILVA, E. C.; MAZZON, J. A. Revisitando o Marketing Social. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 17, n. 6, p. 806-820, 2018.

RAPTOPOULOS, M. M. S. C.; SILVA, J. F. Avaliação Comparativa de Métodos de Mensuração e Avaliação de Desempenho para Organizações do Terceiro Setor. **Administração Pública e Gestão Social**, v. 12, n. 4, p. 1-17, 2020.

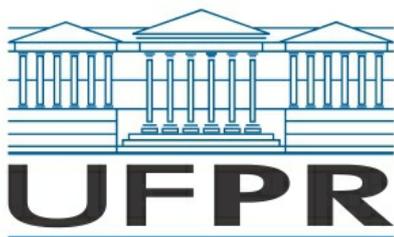
RIBEIRO, A. Teoria de mudança: aplicações e aprendizados em uma experiência brasileira. **Revista Brasileira de Avaliação**, v. 9, p. 4-15, 2020. <https://rbaval.org.br/article/10.4322/rbma201509002/pdf/rbaval-9-4.pdf>



Documento assinado eletronicamente por **BARBARA GALLELI DIAS, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 05/02/2025, às 21:29, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7474830** e o código CRC **BFC888CE**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE _____

Coordenação do Curso de ou Departamento de _____

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Gestão e Captação de Pessoas		Código: SA0B15 Turmas M1 e N1					
Natureza: (X) Obrigatória () Optativa		(X) Semestral () Anual () Modular					
Pré-requisito: Não há		Co-requisito:		Modalidade: (X) Totalmente Presencial () Totalmente EAD () Parcialmente EAD: _____ *CH			
CH Total: 60 CH Semanal: 04 Prática como Componente Curricular (PCC): Atividade Curricular de Extensão (ACE):	Padrão (PD): 45h total/3h semana	Laboratório (LB):	Campo (CP):	Estágio (ES):	Orientada (OR): 15h total/1h semana	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Histórico e caracterização da área de gestão de pessoas nas organizações. Os papéis do profissional de gestão de pessoas. Planejamento e indicadores de gestão de pessoas. Gestão da captação de pessoas. Processos e técnicas de recrutamento e seleção. Admissão e integração (*onboarding*). Avaliação dos processos de atração, captação e seleção de pessoas.

PROGRAMA

Conceitos de Gestão de Pessoas

Processos de Gestão de Pessoas
A evolução da Gestão de Pessoas
Planejamento de Gestão de Pessoas
A atuação da área de gestão de pessoas nas organizações
A atuação e os papéis dos profissionais da área de gestão de pessoas
Gestão da captação de pessoas
Processos e técnicas de recrutamento
Employer branding
Processos e técnicas de seleção
Admissão e integração (*onboarding*)

OBJETIVO GERAL

Fornecer aos alunos conhecimentos técnicos e práticos sobre a Gestão de Pessoas, sua importância para as Organizações e evolução desde o conceito de departamento de pessoal até a concepção de RH 4.0, bem como abordar os aspectos relacionados aos processos de Planejamento de Recursos Humanos, recrutamento, seleção, admissão e integração das pessoas nas organizações.

OBJETIVO ESPECÍFICO

1. Compreender os processos de gestão de Pessoas e seus impactos nas organizações;
2. Compreender os fatores internos e externos que influenciam a gestão de Pessoas nas organizações;
3. Discutir sobre os fatores relevantes para a realização de um planejamento estratégico de RH;
4. Capacitar o aluno a executar o planejamento de um processo seletivo.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A Metodologia de Ensino será composta por aulas expositivas dialogadas e por atividades participativas propostas em sala.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

30% Atividades individuais e em equipe

70% prova bimestral individual sem consulta

Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado.

Se estiver entre 40 e 69 o aluno deverá fazer Exame Final.

Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o aluno estará reprovado.

A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

Chiavenato, Idalberto. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. São Paulo: Manole, 2014.

E-book: ABRH/Sênior Tecnologia de Gestão: **Tendências do RH 4.0 e a Gestão de Pessoas do futuro**. Disponível em: <https://www.abrhbrasil.org.br/cms/materias-de-rh/ebooks/rh-4-0-era-digital-e-a-evolucao-do-setor-de-recursos-humanos/>

Gestão de Recursos Humanos Carreira e evolução em um setor promissor. Escrito por Mariana Cremonesi, Valmir Alves e Letícia Lopes. Empresa de Software para RH. <https://www.gupy.io/>

Guia da Reforma Trabalhista ABRH 2018. Disponível em: <https://abrhmg.org.br/2018/02/28/novo-guia-da-reforma-trabalhista-acesse-aqui/>

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

Bitencourt, C. **Gestão Contemporânea de Pessoas: Novas práticas, conceitos tradicionais**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

Bohlander, G. Snell, S. & Sherman, A. **Administração de Recursos Humanos**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

De Cenzo D. A e Robbins, S. P. **Administração de Recursos Humanos**. 6ª edição. LTC: Rio de Janeiro, 2001.

Drews, Gustavo Arno; Pizolotto, Maira Fátima; Griebeler, Marcos Paulo Dhein. **Estratégias de gestão de pessoas**. 2012. Unijuí. Disponível em: <https://bibliodigital.unijui.edu.br:8443/xmlui/bitstream/handle/123456789/2828/Estrat%c3%a9gia%20de%20Gest%c3%a3o%20de%20Pessoas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Dutra, J. S., Dutra, T. A. & Dutra, G. A. **Gestão de Pessoas: realidade atual e desafios futuros**. São Paulo. Atlas, 2017. 496 p.

Lucena, M. D. S. **Planejamento Estratégico de Recursos Humanos**. 2ª edição. São Paulo: Atlas, 2017. 247 pgs.

Hanashiro, 2008. **Gestão do fator humano: uma visão baseada em stakeholders**. 2ª edição, São Paulo: Saraiva, 2008





A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7475473** e o código CRC **A15B8F8E**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
 UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
 SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Coordenação do Curso de Administração

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Desenvolvimento de Pessoas						Código: SAOB07	
Natureza: (X) Obrigatória () Optativa		(X) Semestral Modular		() Anual		()	
Pré-requisito: Não Há		Co-requisito: Não Há		Modalidade: (X) Totalmente Presencial () Totalmente EAD () Parcialmente EAD: _____ *CH			
CH Total:60 CH Semanal: 4 Prática como Componente Curricular (PCC): Atividade Curricular de Extensão (ACE):	Padrão (PD): 45	Laboratório (LB):	Campo (CP):	Estágio (ES):	Orientada (OR):15	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):

EMENTA

Treinamento, Desenvolvimento e Educação em Organizações. Gestão de Carreira. Saúde, Segurança e Qualidade de Vida no Trabalho. Sistemas de Trabalho de Elevado Desempenho. Gestão Internacional de Pessoas.

PROGRAMA

1. Treinamento, Desenvolvimento e Educação Corporativa
2. Administração de Carreiras
3. Saúde, Segurança e Qualidade de Vida no Trabalho
4. Sistemas de Trabalho de Elevado Desempenho e GIRH

OBJETIVO GERAL

Construir competências humanas, técnicas e acadêmicas para implementação de soluções que gerem valor econômico e social em função dos temas abordados na disciplina.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Compreender os desafios e desenhar soluções para promover melhorias em processos de Treinamento, Desenvolvimento e Educação Corporativa

Compreender os desafios e desenhar soluções para a Administração de Carreiras em Organizações

Compreender os desafios e desenhar soluções para a promoção da Saúde, Segurança e Qualidade de Vida no Trabalho

Compreender os desafios e desenhar soluções para implementação de Sistemas de Trabalho de Elevado Desempenho

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina terá como princípio didático norteador a **aprendizagem ativa**, privilegiando atividades nas quais o aluno desempenha um papel central e relevante em seu processo de aprendizagem. O ambiente virtual de aprendizagem TEAMS será utilizado como apoio à sala de aula presencial, permitindo a centralização de informações e referências necessárias para o bom andamento das aulas presenciais. Nesta disciplina as práticas didáticas serão associadas a metodologias ativas como sala de aula invertida, aprendizagem baseada em pesquisa e 'Aprendizagem Baseada em Produto', onde os estudantes deverão desenvolver produto técnico e tecnológico visando resolver problemas reais referentes aos temas estudados. O planejamento a seguir apresenta as atividades por aula. Todas as datas podem sofrer alterações em função de necessidades do processo de ensino-aprendizagem. A única data que não será alterada será o Exame Final, pois ele é definido em calendário escolar.

Ordem	Data	Atividade
1	10/03	Apresentação da Disciplina e sensibilização para as temáticas
2	17/03	Oficina de preparação temática: O tema é...
3	24/03	Apresentação das Oficinas temáticas
4	31/03	Resgate conceitual e orientação dos grupos
5	07/04	Trabalho de campo - Diagnóstico para desenvolvimento de Produto/Serviço
6	14/04	Trabalho de campo - Diagnóstico para desenvolvimento de Produto/Serviço
7	28/04	Orientação dos grupos e produção textual
8	05/05	Seminário de artigos científicos
9	12/05	Orientação dos grupos e produção textual
10	19/05	Fechamento conceitual das temáticas da disciplina
11	26/05	Fechamento conceitual das temáticas da disciplina
12	02/06	Apresentação Produto/Serviço
13	09/06	Apresentação Produto/Serviço
14	16/06	Prova
15	23/06	Fechamento da disciplina
	07/07	Exame final

FORMAS DE AVALIAÇÃO

Prova Individual: 40%; Produto/Serviço Desenvolvido: 40%; Avaliação processual por Trabalhos em sala e atividades orientadas: 20%

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

ARELLANO, E.B.; CESAR, A. M. R. V. C. Gestão de pessoas nas empresas contemporâneas brasileiras. São Paulo: Elsevier Brasil, 2017.

BOHLANDER, G. W.; SNELL, S. A. Administração de Recursos Humanos. São Paulo: Cengage Learning, 2016.

KANAANE, R.; ORTIGOSO, S. A. F. Manual de Treinamento e Desenvolvimento Do Potencial Humano. Editora Atlas SA, 2010.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

BERGAMINI, C. W. Avaliação de desempenho: usos, abusos e credices no trabalho. São Paulo: Atlas, 2019.

BORGES-ANDRADE, J. E.; VILAS-BOAS, R. Medidas de Avaliação em Treinamento, Desenvolvimento e Educação. Porto Alegre: Artmed, 2012.

DE LIMA RIBEIRO, A. Gestão de treinamento de pessoas. Saraiva Educação SA, 2018.

LIMONGI FRANÇA, A.C. Qualidade de vida no trabalho: conceitos e práticas nas empresas da sociedade pós-industrial. São Paulo: Grupo Gen, 2012.

MENESES, P.; ZERBINI, T.; ABBAD, G. Manual de treinamento organizacional. Artmed Editora, 2011.



Documento assinado eletronicamente por **SIMONE CRISTINA RAMOS, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 06/02/2025, às 13:48, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7476658** e o código CRC **16153381**.

Ficha 2

2025_I semestre

Disciplina: INTRODUÇÃO AO EMPREENDEDORISMO								Código: SAOB18	
Natureza: (X) Obrigatória		(X) Semestral () Anual () Modular							
Pré-requisito: -		Co-requisito: -		() Totalmente Presencial () Totalmente EaD (X) Parcialmente EaD					
CH Total: 60h									
Prática como Componente Curricular (PCC): 00		Padrão (PD): 45h	Laboratório (LB): 00	Campo (CP): 00	Estágio (ES): 00h	Orientada (OR): 15h	Prática Específica (PE): 00	Estágio de Formação Pedagógica (EFP): 00	
CH semanal presencial: 3h									

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-ACE-PCC)

***indicar a carga horária que será à distância.**

INTRODUÇÃO

A disciplina propicia o espaço para a reflexão e aplicação do conteúdo apresentado nas demais áreas de Administração. Por sua vez, o desenvolvimento de um Plano de Negócios e sua análise de viabilidade ampliam a visão do aluno a respeito da aplicação dos conteúdos já vistos, e o aproxima das futuras disciplinas.

EMENTA

Introdução aos conceitos empreendedores. Geração de ideias para novos negócios. Seleção de ideias e soluções. Canvas de Proposta de Valor. Finanças e fontes de prospecção de investimentos. Identificação de Mercado. Prototipando o produto. Prototipando o negócio. Preparação para as bancas. Bancas externas de avaliação (Pitch Day).

OBJETIVO GERAL

Dois objetivos norteiam a disciplina SAOB18: o primeiro é apresentar ao aluno os conceitos de Empreendedorismo e os mecanismos que desencadeiam o processo empreendedor. A intenção é aproximá-lo dos fundamentos necessários para a criação e manutenção de novos negócios. Ao final da disciplina, o aluno estará apto a criar seu próprio negócio e, mais importante, poderá implantar os princípios da postura empreendedora na organização onde atuar. O segundo objetivo é ampliar a perspectiva empreendedora, e apresentar o conceito de Empreendedorismo como atitude necessária a todos os tipos de organizações.

OBJETIVO ESPECÍFICO

A disciplina tem como objetivo específico desenvolver as aptidões que incentivam as boas práticas empreendedoras.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

As aulas serão ministradas no modo síncrono (45h) e assíncrono (15h), com base nos princípios criativos da andragogia. Serão utilizadas metodologias ativas de ensino centradas no aluno, interação em ambientes virtuais

de aprendizagem, tecnologias digitais, palestras de especialistas convidados, seminários, discussões em grupo, bancas públicas a investidores e empreendedores, exercícios e trabalhos práticos facilitadores da aprendizagem.

CANAIS DE COMUNICAÇÃO E AMBIENTE VIRTUAL

A comunicação será realizada na plataforma UFPR VIRTUAL, em endereço a ser informado ao início das aulas. Também está disponível o email mmay@ufpr.br e eventualmente, e em caso de necessidade, o celular (41) 997018000

PROGRAMA SAOB18 TURMA M1, QUARTAS-FEIRAS, 7h30 – 10h30h

1	12 mar	Apresentação. Introdução aos conceitos empreendedores
2	19 mar	Palestra com empreendedor convidado (a confirmar)
3	26 mar	Geração de ideias para novos negócios
4	2 abr	Seleção de ideias e soluções. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
5	9 abr	Canvas de Proposta de Valor. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
6	16 abr	Finanças e fontes de prospecção de investimentos. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
7	23 abr	PROVA INDIVIDUAL. Entrega virtual dos projetos Etapa I. Encontro com empreendedor convidado pela eq.
8	30 abr	SEGUNDA CHAMADA. Identificação de Mercado. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
9	7 mai	P1 Prototipando o produto. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
10	14 mai	P2 Prototipando o produto. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
11	21 mai	Prototipando o negócio. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
12	28 mai	Preparação para bancas de avaliação dos Pitches. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
13	4 jun	B1 banca de avaliação com convidados externos - Pitch
14	11 jun	B2 Banca de avaliação com convidados externos – Pitch. Entrega virtual dos projetos Etapa II
15	18 jun	Atividade a distância, vídeo-aula previamente gravada sobre o conteúdo semestral.
16	9 jul	EXAME FINAL

Encontro com empreendedor convidado pela equipe

AVALIAÇÃO

	Etapas	Pontuação máxima
1	Prova individual	30
2	Entrega virtual dos projetos Etapa I	15
3	Entrega virtual dos projetos Etapa II	30
4	Banca de avaliação com convidados externos - Pitch	20
5	Empreendedor convidado	5
	total	100
	EXAME FINAL	100

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BLANK, S.; DORF, B. Startup: manual do empreendedor. Rio de Janeiro: Alta Books, 2014.
OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. Business model generation: inovação em modelos de negócios. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011
SEBRAE. Disciplina de empreendedorismo – Manual do aluno. Brasília: Sebrae, 2016. Disponível em <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/bc0a1b29c05ef9eb60a43c1303b881e8/\\$File/5696.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/bc0a1b29c05ef9eb60a43c1303b881e8/$File/5696.pdf)>



BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AMBROSE, Gavin: Design Thinking. Porto Alegre: Bookman, 2011.

KNAPP, Jake. Sprint: o método usado no Google para testar e aplicar novas ideias em apenas cinco dias. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2017.

REIS, Eric. O estilo Startup: como as empresas modernas usam o empreendedorismo para se transformar e crescer. Rio de Janeiro: Leya, 2018.

Ficha 2

2025_I semestre

Disciplina: INTRODUÇÃO AO EMPREENDEDORISMO								Código: SAOB18	
Natureza: (X) Obrigatória		(<input checked="" type="checkbox"/>) Semestral () Anual () Modular							
Pré-requisito: -		Co-requisito: -		() Totalmente Presencial () Totalmente EaD (<input checked="" type="checkbox"/>) Parcialmente EaD					
CH Total: 60h									
Prática como Componente Curricular (PCC): 00		Padrão (PD): 45h		Laboratório (LB): 00		Campo (CP): 00		Estágio (ES): 00h	
CH semanal presencial: 3h						Orientada (OR): 15h		Prática Específica (PE): 00	
								Estágio de Formação Pedagógica (EFP): 00	

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-ACE-PCC)

***indicar a carga horária que será à distância.**

INTRODUÇÃO

A disciplina propicia o espaço para a reflexão e aplicação do conteúdo apresentado nas demais áreas de Administração. Por sua vez, o desenvolvimento de um Plano de Negócios e sua análise de viabilidade ampliam a visão do aluno a respeito da aplicação dos conteúdos já vistos, e o aproxima das futuras disciplinas.

EMENTA

Introdução aos conceitos empreendedores. Geração de ideias para novos negócios. Seleção de ideias e soluções. Canvas de Proposta de Valor. Finanças e fontes de prospecção de investimentos. Identificação de Mercado. Prototipando o produto. Prototipando o negócio. Preparação para as bancas. Bancas externas de avaliação (Pitch Day).

OBJETIVO GERAL

Dois objetivos norteiam a disciplina SAOB18: o primeiro é apresentar ao aluno os conceitos de Empreendedorismo e os mecanismos que desencadeiam o processo empreendedor. A intenção é aproximá-lo dos fundamentos necessários para a criação e manutenção de novos negócios. Ao final da disciplina, o aluno estará apto a criar seu próprio negócio e, mais importante, poderá implantar os princípios da postura empreendedora na organização onde atuar. O segundo objetivo é ampliar a perspectiva empreendedora, e apresentar o conceito de Empreendedorismo como atitude necessária a todos os tipos de organizações.

OBJETIVO ESPECÍFICO

A disciplina tem como objetivo específico desenvolver as aptidões que incentivam as boas práticas empreendedoras.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

As aulas serão ministradas no modo síncrono (45h) e assíncrono (15h), com base nos princípios criativos da andragogia. Serão utilizadas metodologias ativas de ensino centradas no aluno, interação em ambientes virtuais

de aprendizagem, tecnologias digitais, palestras de especialistas convidados, seminários, discussões em grupo, bancas públicas a investidores e empreendedores, exercícios e trabalhos práticos facilitadores da aprendizagem.

CANAIS DE COMUNICAÇÃO E AMBIENTE VIRTUAL

A comunicação será realizada na plataforma UFPR VIRTUAL, em endereço a ser informado ao início das aulas. Também está disponível o email mmay@ufpr.br e eventualmente, e em caso de necessidade, o celular (41) 997018000

PROGRAMA SAOB18 TURMA N1, SEGUNDAS-FEIRAS, 19h – 22h

1	10 mar	Apresentação. Introdução aos conceitos empreendedores
2	17 mar	Palestra com empreendedor convidado (a confirmar)
3	24 mar	Geração de ideias para novos negócios
4	31 mar	Seleção de ideias e soluções. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
5	7 abr	Canvas de Proposta de Valor. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
6	14 abr	Finanças e fontes de prospecção de investimentos. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
7	28 abr	PROVA INDIVIDUAL. Entrega virtual dos projetos Etapa I. Encontro com empreendedor convidado pela eq.
8	5 mai	SEGUNDA CHAMADA. Identificação de Mercado. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
9	12 mai	P1 Prototipando o produto. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
10	19 mai	P2 Prototipando o produto. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
11	26 mai	Prototipando o negócio. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
12	2 jun	Preparação para bancas de avaliação dos Pitches. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
13	9 jun	B1 banca de avaliação com convidados externos - Pitch
14	16 jun	B2 Banca de avaliação com convidados externos – Pitch. Entrega virtual dos projetos Etapa II
15	23 jun	Atividade a distância, vídeo-aula previamente gravada sobre o conteúdo semestral.
16	7 jul	EXAME FINAL

Encontro com empreendedor convidado pela equipe

AVALIAÇÃO

	Etapas	Pontuação máxima
1	Prova individual	30
2	Entrega virtual dos projetos Etapa I	15
3	Entrega virtual dos projetos Etapa II	30
4	Banca de avaliação com convidados externos - Pitch	20
5	Empreendedor convidado	5
	total	100
	EXAME FINAL	100

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BLANK, S.; DORF, B. Startup: manual do empreendedor. Rio de Janeiro: Alta Books, 2014.
OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. Business model generation: inovação em modelos de negócios. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011
SEBRAE. Disciplina de empreendedorismo – Manual do aluno. Brasília: Sebrae, 2016. Disponível em <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/bc0a1b29c05ef9eb60a43c1303b881e8/\\$File/5696.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/bc0a1b29c05ef9eb60a43c1303b881e8/$File/5696.pdf)>



BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AMBROSE, Gavin: Design Thinking. Porto Alegre: Bookman, 2011.

KNAPP, Jake. Sprint: o método usado no Google para testar e aplicar novas ideias em apenas cinco dias. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2017.

REIS, Eric. O estilo Startup: como as empresas modernas usam o empreendedorismo para se transformar e crescer. Rio de Janeiro: Leya, 2018.

Ficha 2

2025_I semestre

Disciplina EMPREENDEDORISMO e CRIAÇÃO DE NOVOS NEGÓCIOS								Código: SAOB49	
Natureza: (X) Obrigatória		(<input checked="" type="checkbox"/>) Semestral () Anual () Modular							
Pré-requisito: -		Co-requisito: -		() Totalmente Presencial () Totalmente EaD (<input checked="" type="checkbox"/>) Parcialmente EaD					
CH Total: 60h									
Prática como Componente Curricular (PCC): 00		Padrão (PD): 45h		Laboratório (LB): 00		Campo (CP): 00		Estágio (ES): 00h	
CH semanal presencial: 3h						Orientada (OR): 15h		Prática Específica (PE): 00	
								Estágio de Formação Pedagógica (EFP): 00	

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-ACE-PCC)

***indicar a carga horária que será à distância.**

INTRODUÇÃO

A disciplina propicia o espaço para a reflexão e aplicação do conteúdo apresentado nas demais áreas de Administração. Por sua vez, o desenvolvimento de um Plano de Negócios e sua análise de viabilidade ampliam a visão do aluno a respeito da aplicação dos conteúdos já vistos, e o aproxima das futuras disciplinas.

EMENTA

Introdução aos conceitos empreendedores. Geração de ideias para novos negócios. Seleção de ideias e soluções. Canvas de Proposta de Valor. Finanças e fontes de prospecção de investimentos. Identificação de Mercado. Prototipando o produto. Prototipando o negócio. Preparação para as bancas. Bancas externas de avaliação (Pitch Day).

OBJETIVO GERAL

Dois objetivos norteiam a disciplina SAOB49: o primeiro é apresentar ao aluno os conceitos de Empreendedorismo e os mecanismos que desencadeiam o processo empreendedor. A intenção é aproximá-lo dos fundamentos necessários para a criação e manutenção de novos negócios. Ao final da disciplina, o aluno estará apto a criar seu próprio negócio e, mais importante, poderá implantar os princípios da postura empreendedora na organização onde atuar. O segundo objetivo é ampliar a perspectiva empreendedora, e apresentar o conceito de Empreendedorismo como atitude necessária a todos os tipos de organizações.

OBJETIVO ESPECÍFICO

A disciplina tem como objetivo específico desenvolver as aptidões que incentivam as boas práticas empreendedoras.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

As aulas serão ministradas no modo síncrono (45h) e assíncrono (15h), com base nos princípios criativos da andragogia. Serão utilizadas metodologias ativas de ensino centradas no aluno, interação em ambientes virtuais

de aprendizagem, tecnologias digitais, palestras de especialistas convidados, seminários, discussões em grupo, bancas públicas a investidores e empreendedores, exercícios e trabalhos práticos facilitadores da aprendizagem.

CANAIS DE COMUNICAÇÃO E AMBIENTE VIRTUAL

A comunicação será realizada na plataforma UFPR VIRTUAL, em endereço a ser informado ao início das aulas. Também está disponível o email mmay@ufpr.br e eventualmente, e em caso de necessidade, o celular (41) 997018000

PROGRAMA SAOB49 TURMA M1, QUARTAS-FEIRAS, 7h30 – 10h30h

1	12 mar	Apresentação. Introdução aos conceitos empreendedores
2	19 mar	Palestra com empreendedor convidado (a confirmar)
3	26 mar	Geração de ideias para novos negócios
4	2 abr	Seleção de ideias e soluções. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
5	9 abr	Canvas de Proposta de Valor. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
6	16 abr	Finanças e fontes de prospecção de investimentos. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
7	23 abr	PROVA INDIVIDUAL. Entrega virtual dos projetos Etapa I. Encontro com empreendedor convidado pela eq.
8	30 abr	SEGUNDA CHAMADA. Identificação de Mercado. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
9	7 mai	P1 Prototipando o produto. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
10	14 mai	P2 Prototipando o produto. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
11	21 mai	Prototipando o negócio. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
12	28 mai	Preparação para bancas de avaliação dos Pitches. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
13	4 jun	B1 banca de avaliação com convidados externos - Pitch
14	11 jun	B2 Banca de avaliação com convidados externos – Pitch. Entrega virtual dos projetos Etapa II
15	18 jun	Atividade a distância, vídeo-aula previamente gravada sobre o conteúdo semestral.
16	9 jul	EXAME FINAL

Encontro com empreendedor convidado pela equipe

AValiação

	Etapas	Pontuação máxima
1	Prova individual	30
2	Entrega virtual dos projetos Etapa I	15
3	Entrega virtual dos projetos Etapa II	30
4	Banca de avaliação com convidados externos - Pitch	20
5	Empreendedor convidado	5
	total	100
	EXAME FINAL	100

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BLANK, S.; DORF, B. Startup: manual do empreendedor. Rio de Janeiro: Alta Books, 2014.
 OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. Business model generation: inovação em modelos de negócios. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011
 SEBRAE. Disciplina de empreendedorismo – Manual do aluno. Brasília: Sebrae, 2016. Disponível em <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/bc0a1b29c05ef9eb60a43c1303b881e8/\\$File/5696.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/bc0a1b29c05ef9eb60a43c1303b881e8/$File/5696.pdf)>



BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AMBROSE, Gavin: Design Thinking. Porto Alegre: Bookman, 2011.

KNAPP, Jake. Sprint: o método usado no Google para testar e aplicar novas ideias em apenas cinco dias. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2017.

REIS, Eric. O estilo Startup: como as empresas modernas usam o empreendedorismo para se transformar e crescer. Rio de Janeiro: Leya, 2018.

Ficha 2

2025_I semestre

Disciplina: EMPREENDEDORISMO e CRIAÇÃO DE NOVOS NEGÓCIOS								Código: SAOB49	
Natureza: (X) Obrigatória		(<input checked="" type="checkbox"/>) Semestral () Anual () Modular							
Pré-requisito: -		Co-requisito: -		() Totalmente Presencial () Totalmente EaD (<input checked="" type="checkbox"/>) Parcialmente EaD					
CH Total: 60h									
Prática como Componente Curricular (PCC): 00		Padrão (PD): 45h		Laboratório (LB): 00		Campo (CP): 00		Estágio (ES): 00h	
CH semanal presencial: 3h						Orientada (OR): 15h		Prática Específica (PE): 00	
								Estágio de Formação Pedagógica (EFP): 00	

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-ACE-PCC)

***indicar a carga horária que será à distância.**

INTRODUÇÃO

A disciplina propicia o espaço para a reflexão e aplicação do conteúdo apresentado nas demais áreas de Administração. Por sua vez, o desenvolvimento de um Plano de Negócios e sua análise de viabilidade ampliam a visão do aluno a respeito da aplicação dos conteúdos já vistos, e o aproxima das futuras disciplinas.

EMENTA

Introdução aos conceitos empreendedores. Geração de ideias para novos negócios. Seleção de ideias e soluções. Canvas de Proposta de Valor. Finanças e fontes de prospecção de investimentos. Identificação de Mercado. Prototipando o produto. Prototipando o negócio. Preparação para as bancas. Bancas externas de avaliação (Pitch Day).

OBJETIVO GERAL

Dois objetivos norteiam a disciplina SAOB49: o primeiro é apresentar ao aluno os conceitos de Empreendedorismo e os mecanismos que desencadeiam o processo empreendedor. A intenção é aproximá-lo dos fundamentos necessários para a criação e manutenção de novos negócios. Ao final da disciplina, o aluno estará apto a criar seu próprio negócio e, mais importante, poderá implantar os princípios da postura empreendedora na organização onde atuar. O segundo objetivo é ampliar a perspectiva empreendedora, e apresentar o conceito de Empreendedorismo como atitude necessária a todos os tipos de organizações.

OBJETIVO ESPECÍFICO

A disciplina tem como objetivo específico desenvolver as aptidões que incentivam as boas práticas empreendedoras.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

As aulas serão ministradas no modo síncrono (45h) e assíncrono (15h), com base nos princípios criativos da andragogia. Serão utilizadas metodologias ativas de ensino centradas no aluno, interação em ambientes virtuais

de aprendizagem, tecnologias digitais, palestras de especialistas convidados, seminários, discussões em grupo, bancas públicas a investidores e empreendedores, exercícios e trabalhos práticos facilitadores da aprendizagem.

CANAIS DE COMUNICAÇÃO E AMBIENTE VIRTUAL

A comunicação será realizada na plataforma UFPR VIRTUAL, em endereço a ser informado ao início das aulas. Também está disponível o email mmay@ufpr.br e eventualmente, e em caso de necessidade, o celular (41) 997018000

PROGRAMA SAOB49 TURMA N1, SEGUNDAS-FEIRAS, 19h – 22h

1	10 mar	Apresentação. Introdução aos conceitos empreendedores
2	17 mar	Palestra com empreendedor convidado (a confirmar)
3	24 mar	Geração de ideias para novos negócios
4	31 mar	Seleção de ideias e soluções. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
5	7 abr	Canvas de Proposta de Valor. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
6	14 abr	Finanças e fontes de prospecção de investimentos. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
7	28 abr	PROVA INDIVIDUAL. Entrega virtual dos projetos Etapa I. Encontro com empreendedor convidado pela eq.
8	5 mai	SEGUNDA CHAMADA. Identificação de Mercado. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
9	12 mai	P1 Prototipando o produto. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
10	19 mai	P2 Prototipando o produto. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
11	26 mai	Prototipando o negócio. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
12	2 jun	Preparação para bancas de avaliação dos Pitches. Encontro com empreendedor convidado pela equipe
13	9 jun	B1 banca de avaliação com convidados externos - Pitch
14	16 jun	B2 Banca de avaliação com convidados externos – Pitch. Entrega virtual dos projetos Etapa II
15	23 jun	Atividade a distância, vídeo-aula previamente gravada sobre o conteúdo semestral.
16	7 jul	EXAME FINAL

Encontro com empreendedor convidado pela equipe

AVALIAÇÃO

	Etapas	Pontuação máxima
1	Prova individual	30
2	Entrega virtual dos projetos Etapa I	15
3	Entrega virtual dos projetos Etapa II	30
4	Banca de avaliação com convidados externos - Pitch	20
5	Empreendedor convidado	5
	total	100
	EXAME FINAL	100

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BLANK, S.; DORF, B. Startup: manual do empreendedor. Rio de Janeiro: Alta Books, 2014.
OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. Business model generation: inovação em modelos de negócios. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011
SEBRAE. Disciplina de empreendedorismo – Manual do aluno. Brasília: Sebrae, 2016. Disponível em <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/bc0a1b29c05ef9eb60a43c1303b881e8/\\$File/5696.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/bc0a1b29c05ef9eb60a43c1303b881e8/$File/5696.pdf)>



BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AMBROSE, Gavin: Design Thinking. Porto Alegre: Bookman, 2011.

KNAPP, Jake. Sprint: o método usado no Google para testar e aplicar novas ideias em apenas cinco dias. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2017.

REIS, Eric. O estilo Startup: como as empresas modernas usam o empreendedorismo para se transformar e crescer. Rio de Janeiro: Leya, 2018.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Coordenação do Curso de ou Departamento de
Administração Geral e Aplicada

Ficha 2 (variável)

Disciplina: GESTÃO INTERNACIONAL DE NEGÓCIOS						Código: SA110	
Natureza: (X) Obrigatória () Optativa		(X) Semestral Modular		() Anual		()	
Pré-requisito: SA072 ou SA109		Co-requisito: não há		Modalidade: () Totalmente Presencial () Totalmente EAD () Parcialmente EAD: 48H EAD (80%) e 12H (20%) PRESENCIAL			
CH Total: 60h CH Semanal: 4h Prática como Componente Curricular (PCC): Atividade Curricular de Extensão (ACE):	Padrão (PD): 60h	Laboratório (LB):	Campo (CP):	Estágio (ES):	Orientada (OR):	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância: 48h (80%) EAD + 12h (20%) presencial

EMENTA

Estratégia global. Globalização. Teorias de Internacionalização. Análise do ambiente internacional. Modos de entrada no mercado externo. Estratégias corporativas e de internacionalização.

PROGRAMA

1. **Globalização:** definição; gatilhos; blocos econômicos; acordos bilaterais.
2. **Críticas à globalização e questões éticas nos negócios internacionais.**
3. **Internacionalização de empresas no contexto brasileiro.**
4. **Teorias da internacionalização:** abordagem econômica; abordagem processual; born globals.
5. **Ambiente internacional:** risco país, custo país e risco intercultural nos negócios internacionais.
6. **Modos de entrada no mercado externo:** onde entrar? como entrar? quando entrar?; exportação; licenciamentos; alianças estratégicas e investimento direto estrangeiro.
7. **Estratégias de internacionalização.**

OBJETIVO GERAL

Apresentar fundamentos e elementos do processo de internacionalização sob a perspectiva estratégica.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Explorar os processos de internacionalização de multinacionais e de PMEs sob diferentes perspectivas teóricas.

Analisar aspectos organizacionais característicos de empresas internacionalizadas.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

Procedimentos didáticos para o momento à distância:

a. Sistema de Comunicação:

O principal canal de comunicação será TEAMS, ambiente institucional de gestão da aprendizagem e trabalho colaborativo, permitindo a realização de atividades a distância.

No TEAMS estarão disponíveis os textos (apostila da disciplina e outros textos de apoio), videoaulas de microlearning e atividades. Por meio do TEAMS cada estudante também receberá retorno sobre o seu desempenho, bem como orientações e trocas de informações complementares, relativas aos conteúdos abordados e atividades a serem desenvolvidas.

b. Material didático específico:

Os materiais didáticos serão utilizados pelo aluno para a consecução dos objetivos da disciplina. Tais materiais serão diversificados e terão origem de distintas fontes, a saber:

1. Apostila da disciplina: material didático de autoria pelas docentes, o qual contempla uma visão geral de cada unidade didática, expondo conceitos-chave e aspectos relevantes dos temas, além de exemplos.
2. Roteiro de atividades: para cada aula será elaborada uma ou mais atividades específicas a respeito de cada unidade didática.
3. Videoaulas: produzidas pelas docentes no formato microlearning, a fim de proporcionar uma síntese audiovisual de cada tema estudado.
4. Disponibilização de Links externos: vídeos ou reportagens relacionadas com o tema de cada aula.
5. Artigos acadêmicos.
6. Livros da bibliografia básica.

c. Modelo de tutoria:

A tutoria será realizada pelas docentes, de forma virtual. Conforme a legislação da UFPR, o professor-tutor possui capacitação em EaD ou experiência comprovada para atuar em programas de EaD e deve destinar carga horária específica para momentos presenciais e a distância.

d. Atribuições do professor-tutor:

Desenvolver, aplicar e acompanhar as atividades dos discentes, conforme o cronograma do curso; manter regularidade de acesso ao AVA e dar retorno às solicitações do cursista no prazo máximo de 24 horas; estabelecer contato permanente com os alunos e mediar as atividades discentes; realizar a avaliação dos estudantes; participar das atividades de capacitação e atualização promovidas pela UFPR.

e. Previsão de período de ambientação dos recursos tecnológicos a serem utilizados pelos discentes:

A primeira semana da disciplina será dedicada para a ambientação dos alunos à plataforma e aos recursos tecnológicos a serem utilizados.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A nota semestral da disciplina será composta da seguinte maneira:

1. 01 avaliação 1 (A1) –
2. 01 avaliação 2 (A2) –
3. 01 atividade avaliativa (A3)

A média semestral do aluno resultará do somatório das PROVAS e da Atividade Avaliativa

Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado.

Se estiver entre 40 e 69 o aluno deverá fazer Exame Final.

Se estiver abaixo de 50 (após o Exame Final) o aluno estará reprovado.

IMPORTANTE: A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h).

CONTROLE DE FREQUÊNCIA

Sobre a FREQUÊNCIA:

A frequência da disciplina é aferida por meio da entrega de atividades assíncronas indicadas pela docente no material didático da disciplina e pela presença nos encontros presenciais. A cada aula à distância corresponde um questionário de autoavaliação a ser preenchido pelos discentes, o qual contabiliza a frequência semanal.

A disciplina está alocada na grade horária às segundas-feiras; a entrega da atividade para controle de frequência (questionário de autoavaliação) deve ser realizada até o domingo anterior à próxima aula. O prazo de entrega da atividade de controle de frequência nessas semanas é, portanto, de 7 (sete) dias.

Serão atribuídas 4 (quatro) faltas ao aluno que não realizar a atividade para controle de frequência (questionário de autoavaliação) correspondente às semanas de aula EAD até a prazo estabelecido no cronograma.

FREQUÊNCIA: 15 semanas x 4 = 60 horas

Observação: controle de frequência é distinto da atribuição da nota.

A resolução da atividade para controle de frequência (questionário de autoavaliação) não contabilizará na nota na disciplina. A nota será atribuída de acordo com o desempenho do aluno nas atividades avaliativas: provas individuais (P) presenciais e atividades avaliativas.

Cada aula corresponde a 4 faltas porque são 60h semestre/15 semanas = 4h/semana.

NÃO HAVERÁ ATIVIDADE PARA SUBSTITUIR A ENTREGA ATRASADA DOS QUESTIONÁRIOS DE AUTOAVALIAÇÃO.

METODOLOGIA DE ENSINO E AMBIENTE VIRTUAL DE

APRENDIZAGEM - AVA

A Metodologia de Ensino será na modalidade HÍBRIDA, composta por encontros assíncronos e por momentos presenciais.

As aulas assíncronas serão disponibilizadas na TEAMS todas as segundas-feiras.

BIBLIOGRAFIA BASICA (mínimo 03 títulos)

BARATTER, M. A. S.; MATITZ; Q. R. S. **Gestão Internacional de Negócios**: apostila da disciplina. Curitiba: UFPR, 2022.

CAVUSGIL, S. T.; KNIGHT, G.; RIESENBERGER, J. R. **Negócios Internacionais**: estratégia, gestão e novas realidades. São Paulo: Pearson, 2010.

MARIOTTO, F. L. **Estratégia Internacional da Empresa**. São Paulo: Thompson Learning, 2007.

PENG, M. **Estratégia Global**. São Paulo: Thompson Learning, 2008.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

CASTOR, B. V. J. **Empresa Brasileira e Globalização**: transformando ameaças em lucros. Editora Esplendor. Curitiba, 2015.

HEMAIS, C. A. **O desafio dos mercados externos**: teoria e prática na internacionalização da firma. V. 1. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.

PORTER, M. E. **A vantagem competitiva das nações**. Rio de Janeiro: Campus, 1985.

ROCHA, A. M. C. **A internacionalização das empresas brasileiras**: estudos de gestão internacional. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

ROCHA, A. **As Novas Fronteiras**: a multinacionalização das empresas brasileiras. Rio de Janeiro: MAUAD. 2003.

VASCONCELLOS, M. A. S.; LIMA, M.; SILBER, S. D. **Gestão de Negócios Internacionais**. São Paulo: Saraiva, 2006.

CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO DETALHADO DAS AULAS

Início da disciplina **10/03/2025**, dia da semana na grade horária: segunda-feira (M1 - Manhã e N1-Noite)

Final do período letivo: **02/07/2025**

Exame final: **07/07/2015**

nº de semanas letivas: 15 semanas + semana de exame final

SEMANA	CH SEMANAL	DATA	TEMA	LEITURAS OBRIGATÓRIAS	DATA DA ENTREGA DA ATIVIDADE PARA CONTROLE DE FREQUENCIA

01	04h	10/03	<p>SEMANA DE AMBIENTAÇÃO</p> <p>AULA PRESENCIAL</p> <p>M1: 07h30</p> <p>N1: 19h</p>	<p>Semana dedicada aos ajustes necessários de inscrição na disciplina, para sanar dúvidas de acesso dos alunos e demandas operacionais.</p> <p>Plano de ensino da disciplina.</p>	<p>Chamada no dia da aula + preenchimento de questionário no TEAMS</p> <p>Prazo para entrega do questionário: 16/03</p>
02	04h	17/03	<p>GLOBALIZAÇÃO: discussão sobre o fenômeno e suas consequências.</p>	<p>BARATTER, M. A. S.; MATITZ; Q. R. S. Apostila de GESTÃO INTERNACIONAL DE NEGÓCIOS: UNIDADE 1.</p> <p>Capítulo 2 de Cavusgil et al (2010), pp. 22-42.</p> <p>Capítulo 1 de Mariotto (2007), pp. 1-18.</p>	<p>Prazo de entrega do questionário de auto-avaliação: 23h59 de 23/03</p>
03	04h	24/03	<p>INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS: conceito, motivações, limitações.</p>	<p>BARATTER, M. A. S.; MATITZ; Q. R. S. Apostila de GESTÃO INTERNACIONAL DE NEGÓCIOS: UNIDADE 2.</p> <p>Capítulo 2 de Cavusgil et al (2010), pp. 3-21.</p>	<p>Prazo de entrega do questionário de auto-avaliação: 23h59 de 30/03</p>
04	04h	31/03	<p>TEORIAS DA INTERNACIONALIZAÇÃO: abordagem econômica e processual.</p>	<p>BARATTER, M. A. S.; MATITZ; Q. R. S. Apostila de GESTÃO INTERNACIONAL DE NEGÓCIOS: UNIDADE 3A.</p> <p>Capítulo 2 de Hemais (2004), pp. 17-39.</p> <p>Capítulo 2 de Cavusgil et al (2010), pp. 49.</p>	<p>Prazo de entrega do questionário de auto-avaliação: 23h59 de 06/04</p>
05	04h	07/04	<p>TEORIAS DA INTERNACIONALIZAÇÃO: BORN GLOBALS.</p>	<p>BARATTER, M. A. S.; MATITZ; Q. R. S. Apostila de GESTÃO INTERNACIONAL DE NEGÓCIOS: UNIDADE 3B.</p> <p>Dib (2004). O fenômeno das Born Globals.</p>	<p>Prazo de entrega do questionário de auto-avaliação: 23h59 de 13/04</p>

06	04h	14/04	AMBIENTE INTERNACIONAL DE NEGÓCIOS: custo país e risco país.	BARATTER, M. A. S.; MATITZ; Q. R. S. Apostila de GESTÃO INTERNACIONAL DE NEGÓCIOS: UNIDADE 4. Capítulo 6 de Cavusgil et al (2010), pp. 120-144. Capítulo 6 de Castor (2015), pp. 107-120.	Prazo de entrega do questionário de auto-avaliação: 23h59 de 27/04
07	04h	28/04	AMBIENTE INTERNACIONAL DE NEGÓCIOS: ambiente cultural.	BARATTER, M. A. S.; MATITZ; Q. R. S. Apostila de GESTÃO INTERNACIONAL DE NEGÓCIOS: UNIDADE 5. Capítulo 5 de Cavusgil et al (2010), pp. 93-119.	Prazo de entrega do questionário de auto-avaliação: 23h59 de 04/05
08	04h	05/05	PROVA 1	PROVA INDIVIDUAL E PRESENCIAL	CHAMADA
09	04h	12/05	Modos de entrada no mercado externo: EXPORTAÇÃO.	BARATTER, M. A. S.; MATITZ; Q. R. S. Apostila de GESTÃO INTERNACIONAL DE NEGÓCIOS: UNIDADE 6. Capítulo 13 de Cavusgil et al (2010), pp. 283-308.	Prazo de entrega do questionário de auto-avaliação: 18/05
10	04h	19/05	Modos de entrada no mercado externo: LICENCIAMENTO.	BARATTER, M. A. S.; MATITZ; Q. R. S. Apostila de GESTÃO INTERNACIONAL DE NEGÓCIOS: UNIDADE 7. Capítulo 15 de Cavusgil et al (2010), pp. 337-360.	Prazo de entrega do questionário de auto-avaliação: 23h59 de 25/05
11	04h	26/05	Modos de entrada no mercado externo: ALIANÇAS ESTRATÉGICAS INTERNACIONAIS.	BARATTER, M. A. S.; MATITZ; Q. R. S. Apostila de GESTÃO INTERNACIONAL DE NEGÓCIOS: UNIDADE 8. Capítulo 5 de Mariotto (2007), pp. 97-111. Capítulo 7 de Peng (2008), pp. 194-228.	Prazo de entrega do questionário de auto-avaliação: 23h59 de 01/06

12	04h	02/06	Modos de entrada no mercado externo: INVESTIMENTO DIRETO ESTRANGEIRO – Aquisições e Greenfields.	BARATTER, M. A. S.; MATITZ; Q. R. S. Apostila de GESTÃO INTERNACIONAL DE NEGÓCIOS: UNIDADE 9. Capítulo 14 de Cavusgil et al (2010), pp. 309-336.	Prazo de entrega do questionário de auto-avaliação: 23h59 de 08/06
13	04h	09/06	ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO.	BARATTER, M. A. S.; MATITZ; Q. R. S. Apostila de GESTÃO INTERNACIONAL DE NEGÓCIOS: UNIDADE 10. Capítulo 4 de Mariotto (2007), pp. 74-95. Capítulo 7 de Peng (2008), pp. 303-314.	Prazo de entrega do questionário de auto-avaliação: 23h59 de 15/06
14	04h	16/06	ATIVIDADE AVALIATIVA		PRAZO para entrega 22/06
15	04h	23/06	PROVA 2 PRESENCIAL	PROVA PRESENCIAL E INDIVIDUAL	CHAMADA
		07/07	EXAME FINAL PRESENCIAL	Todo o conteúdo do semestre. Individual	



Documento assinado eletronicamente por **MARYSTELA ASSIS BARATTER SANCHES**, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR, em 07/02/2025, às 11:00, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7479568** e o código CRC **125184AA**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Coordenação do Curso de ou Departamento de Administração Geral e Aplicada

Ficha 2 (variável)

Disciplina: LABORATÓRIO EXTENSIONISTA VII - O mundo da estratégia organizacional	Código: SAOP31
--	----------------

Natureza:			
() Obrigatória	(X) Semestral	() Anual	() Modular
(X) Optativa			

Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: (X) Totalmente Presencial () Totalmente EAD () Parcialmente EAD: _____ *CH (X) EXTENSÃO
----------------	---------------	--

CH Total: 60h							
CH Semanal:							
Prática como Componente Curricular (PCC):	Padrão (PD):	Laboratório (LB):	Campo (CP):	Estágio (ES):	Orientada (OR):	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):
Atividade Curricular de Extensão (ACE): 60h							

ATIVIDADE CURRICULAR EXTENSIONISTA (ACE II): 60H

EMENTA

Conceito de Comunicação, Comunicação Organizacional e Comunicação eficaz.

PROGRAMA

1. Pesquisa sobre Comunicação Organizacional
2. Pesquisa sobre planos de comunicação organizacional
3. Pesquisa sobre Comunicação Eficaz
4. Seleção de organizações para elaborar um plano de comunicação
6. Elaboração de um plano de comunicação para organizações
7. Publicação dos resultados em rede social

As aulas serão às terças-feiras 14h e ocorrerão de modo híbrido.

OBJETIVO GERAL

Criar um plano de comunicação para uma organização

OBJETIVO ESPECÍFICO

Desenvolver nos alunos a melhor compreensão sobre as diferentes tipos de comunicação organizacional.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A metodologia de ensino é composta por atividades orientadas de pesquisas, leituras e elaboração de materiais para divulgação. As atividades ocorrerão em momentos presenciais e à distância.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A composição da nota será feita por provas individuais e por atividades de avaliação.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

AGUIAR, Fernanda Rocha de (et al.). Comunicação interna. Porto Alegre : SAGAH, 2019. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786556900865/pageid/0>

FRANÇA, Ana Shirley (org.). Comunicação empresarial. São Paulo: Atlas, 2014. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522484157/pageid/0> TOMASI, Carolina;

MEDEIROS, João Bosco. Comunicação empresarial. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2019. Disponível em: [https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597020502/epubcfi/6/2\[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover\]!/4/2/2%4050:48](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597020502/epubcfi/6/2[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover]!/4/2/2%4050:48)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

DERNAI, Fernanda Mello. Português instrumental. São Paulo: Érica, 2014. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788536517940/pageid/0> EGGER-MOELLWALD,

Lícia. Comunicação corporativa: a disputa entre a ficção e a realidade. São Paulo: Cengage Learning, 2011. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522126453/pageid/0>

FORNI, João José. Gestão de crises e comunicação: o que gestores e profissionais de comunicação precisam saber para enfrentar crises corporativas. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2019. Disponível em: [https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597022971/epubcfi/6/2\[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover\]!/4/2/2%4050:1](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597022971/epubcfi/6/2[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover]!/4/2/2%4050:1)

FRANÇA, Ana Shirley. Comunicação escrita nas empresas: teorias e práticas. São Paulo: Atlas, 2013. Disponível em: <https://siga.ufpr.br/siga/visitante/autenticacao.jsp> - Código para autenticação: 4zc7XtzG9 <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522477586/pageid/0>

FRANÇA, Ana Shirley. Comunicação oral nas empresas: como falar bem e em público. São Paulo: Atlas, 2015. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522477586/pageid/0> NADÓLSKIS, Hêndricas. Comunicação redacional atualizada. 13ª ed. SARAIVA, 2011. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502147379/pageid/0>

OLIVEIRA, Cristiane Kessler de. Eventos em comunicação. Porto Alegre: SAGAH, 2020. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786556900865/pageid/0>

PENTEADO, José Roberto Whitaker. A técnica da comunicação humana. 14ª ed. São Paulo: Cengage Learning, 2012. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522112708/pageid/0>



Documento assinado eletronicamente por **MARYSTELA ASSIS BARATTER SANCHES, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 09/02/2025, às 19:18, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7479901** e o código CRC **5A232E35**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE

Coordenação do Curso de ou Departamento
de

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Gestão da Sustentabilidade Empresarial		Código: SAO019	
Natureza: <input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Optativa		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral Modular	<input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/>
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Totalmente Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EAD <input type="checkbox"/> Parcialmente EAD: _____ *CH	

CH Total: 60h (45h PD + 15h OR)							
CH Semanal:							
Prática como Componente Curricular (PCC):	Padrão (PD):	Laboratório (LB):	Campo (CP):	Estágio (ES):	Orientada (OR):	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):
Atividade Curricular de Extensão (ACE):							

EMENTA

Grandes desafios da sociedade. Conceitos e abordagens teóricas do Desenvolvimento Sustentável e Sustentabilidade. Sustentabilidade nas organizações. Gestão estratégica da sustentabilidade, Criação de Valor Sustentável. Gestão da sustentabilidade e relacionamento com stakeholders Gestão de pessoas e sustentabilidade. Inovação e sustentabilidade. Operações sustentáveis. Marketing sustentável. Governança corporativa. Desempenho organizacional sustentável, ESG e indicadores.

PROGRAMA

- Desafios Globais para o século XXI.
- Fundamentos da gestão responsável: sustentabilidade, responsabilidade e ética.
- Estratégia: competitividade responsável.
- Gestão da sustentabilidade e relacionamento com stakeholders.
- Gestão de pessoas e sustentabilidade.
- Inovação e sustentabilidade.
- Operações: excelência empresarial responsável.
- Marketing sustentável.
- Desempenho organizacional sustentável.
- Governança corporativa.

OBJETIVO GERAL

Ao final da disciplina, o(a) estudante deverá ser capaz de identificar os conceitos e a evolução acerca do desenvolvimento sustentável e da sustentabilidade nas organizações; reconhecer suas implicações para o campo dos estudos organizacionais e da prática corporativa; identificar suas limitações e potencialidades, assim como realizar aplicações na resolução de situações-problema.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- a) Mostrar a(o) estudante a complexidade das relações entre organizações, sociedade e meio ambiente, em um ambiente de negócios que requer novas competências do gestor.
- b) Expor o(a) estudante às contraposições e limitações dos modelos de negócio e técnicas de gestão predominantes, concedendo-lhe uma visão crítica.
- c) Explorar junto ao(a) estudante as inter-relações da gestão da sustentabilidade com temas transversais da administração, tendências e outras conexões, concedendo-lhe uma visão sistêmica.
- d) Criar um ambiente que estimule o(a) estudante a relacionar-se criticamente com as informações apreendidas, por meio da reflexão.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A. Metodologia de ensino-aprendizagem

O método de ensino-aprendizagem utilizado é centrado no estudante, em que a professora terá o papel de facilitadora. A disciplina será conduzida por meio de exposições dialogadas, leitura e discussão de casos, reportagens e vídeos, resolução de problemas e interação entre professor e estudantes, de acordo com a programação das aulas. A turma poderá ser dividida em grupos de trabalho para resolução de atividades durante as aulas síncronas e para entregas assíncronas.

B. Sistema de Comunicação:

Toda a comunicação será feita a partir da sala de aula referente à disciplina criada no Microsoft Teams e via e-mail (barbara.galleli@ufpr.br).

C. Material Didático Específico:

Os materiais da disciplina, como cronograma de aulas e atividades, artigos, capítulos de livros, casos, atividades e vídeos, estarão disponíveis em pastas específicas no Microsoft Teams, e serão compartilhados pela professora com a turma.

D. Entrega de atividades:

A atribuição e a entrega de atividades avaliativas serão realizadas por meio da sala de aula referente à disciplina criada no Microsoft Teams

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A média semestral do(da) estudante resultará do somatório das atividades individuais e em equipe.

Se a nota final for igual ou superior a 70 o(a) estudante está aprovado.

Se estiver entre 40 e 69 o aluno deverá fazer Exame Final.

Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o(a) estudante estará reprovado(a).

A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h).

A nota semestral da disciplina será composta da seguinte forma:

TIPO DE AVALIAÇÃO	FORMA DE AVALIAÇÃO	DATA	REALIZAÇÃO	PESO DA NOTA
Atividades individuais	Atividades individuais e em dupla.	Durante o semestre	Tarefas no ambiente virtual	40%
Atividades em grupo	Grupo	A definir	Sala de aula	60%
TOTAL				100%

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

ASHLEY, P. A. (org.). Ética, responsabilidade social e sustentabilidade nos negócios: (des)construindo limites e possibilidades. 1. ed. São Paulo, SP: Saraiva, 2019. 279 p. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788553131839/>. Acesso em: 07 fev. 2025.

BARBIERI, J. C. Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2016.

BARBIERI, J.C.; CAJAZEIRA, J.E.R. Responsabilidade social e empresarial e empresa sustentável: da teoria à prática. São Paulo: Saraiva, 2012.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

BAIER, E.; ALIEVI, R. M.; BORTOLASO, I. V. Ética e Integridade Corporativa: Análise em uma Empresa Multinacional. *Revista de Administração IMED*, v. 10, n. 1, p. 145, 2020.

BERNARDI ZORZO, F.; LAZZARI, F.; SEVERO, E. A.; FERRO DE GUIMARÃES, J. C. Desenvolvimento sustentável e agenda 2030: uma análise dos indicadores brasileiros. *Revista Gestão e Desenvolvimento*, v. 19, n. 2, p. 160–182, 2022.

CLARO, P. B. O.; CLARO, D. P. Sustentabilidade estratégica: existe retorno no longo prazo? *Revista de Administração da USP*, v. 49, n. 2, p. 291-306, 2014.

DYLLICK, T.; MUFF, K. Clarifying the Meaning of Sustainable Business: Introducing a Typology From Business-as-Usual to True Business Sustainability. *Organization and Environment*, v. 29, n. 2, p. 156–174, 2016.

ELKINGTON, J. *Sustentabilidade: canibais com garfo e faca*. São Paulo: M. Books, 2012.

HART, S. L. *Capitalism at the Crossroads: The unlimited business opportunities in solving the world's most difficult problems*. New Jersey: Pearson Education, 2005. (Tradução publicada no Brasil como “Capitalismo na Encruzilhada”).

HART, S. L.; DOWELL, G. Invited Editorial: A Natural-Resource-Based View of the Firm: Fifteen Years After. *Journal of Management*, p. 1464–1479, 2011.

HART, S. L.; MILSTEIN, M. B. Criando Valor Sustentável. *RAE Executive*, v. 17, n. 2, p. 56-69, 2003. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/gvexecutivo/article/view/34820/33619>. Acesso em: [data de acesso].

KNEIPP, J. M.; GOMES, C. M.; BICHUETI, R. S.; MÜLLER, L. O.; MOTKE, F. D. Gestão Estratégica da Inovação Sustentável: um estudo de caso em empresas industriais brasileiras. *Revista Organizações em Contexto*, v. 14, n. 27, p. 131-185, 2018.

LYRA, M. G.; GOMES, R. C.; JACOVINE, L. A. G. O papel dos stakeholders na sustentabilidade da empresa: contribuições para construção de um modelo de análise. *Revista de Administração Contemporânea*, v. 13, Edição Especial, p. 39-52, 2009.

MACINI, N.; BANSI, A. C.; FERREIRA CALDANA, A. C. Ações e indicadores para a gestão sustentável de pessoas. *Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria*, v. 10, p. 8-25, 2017.

MACHADO JUNIOR, C.; NASSIF MANTOVANI RIBEIRO, D. M.; MAZZALI, L.; BAZANINI, R.; DA SILVA PEREIRA, R. Indicadores de governança e sustentabilidade de empresas brasileiras. *Revista de Administração da Unimep*, v. 15, n. 3, p. 1-25, 2017.

OLIVEIRA, J. M. et al. Gestão de pessoas e sustentabilidade: construindo caminhos por meio das práticas de capacitação. *Revista de Administração da UFSM*, v. 10, n. 2, p. 108-126, 2017.

PEYERL, D. A.; PAES, A. P.; JOST, J. P. Desempenho sustentável e de mercado nas empresas brasileiras listadas na B3: uma abordagem causal entre desempenhos. *REUNIR Revista de Administração, Contabilidade e Sustentabilidade*, v. 12, n. 3, p. 43-60, 2022.

PORTER, M. E.; KRAMER, M. R. Creating shared value: how to reinvest capitalism—and unleash a wave of innovation and growth. *Harvard Business Review*, v. 89, n. 1/2, p. 62-77, 2011.

PRAHALAD, C. K.; HART, S. L. The Fortune at the Bottom of the Pyramid. Strategy + Business, n. 26, p. 1–26, 2002.

ROGERS, P. P.; JALAL, K. F.; BOYD, J. A. An Introduction to Sustainable Development. London: Earthscan, 2008.

SILVA, M. E.; NASCIMENTO, L. F. M. Atuação responsável ou jogo de mercado? Entendendo a relação empresa-mídia para a efetivação do consumo sustentável. Revista de Administração da UFSM, v. 8, n. 1, p. 73-88, 2015.

SROUR, R. H. Poder, cultura e ética nas organizações. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

TANDOH, I.; DUFFOUR, K. A.; ESSANDOH, M.; AMOAKO, R. N. Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, and Corporate Sustainability: The Moderating Role of Top Management Commitment. International Journal of Professional Business Review, v. 7, n. 2, e0309, 2022.

UNITED NATIONS. Sustainable Development Goals – SDG. Disponível em: <https://sustainabledevelopment.un.org/sdgs>. Acesso em: [data de acesso].

ZADEK, S. The path to corporate responsibility. Harvard Business Review, dez. 2004.



Documento assinado eletronicamente por **BARBARA GALLELI DIAS, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 07/02/2025, às 16:23, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7481411** e o código CRC **F5205D93**.

INOVAÇÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL: ESTRATÉGIAS E APLICAÇÕES

2025 I semestre

LABORATÓRIO EXTENSIONISTA II

SAOP26

PROFa. MÁRCIA RAMOS MAY

NATUREZA: optativa

OFERTA: semestral

MODALIDADE: parcialmente EaD (56h)

CARGA HORÁRIA TOTAL: 60h

CARGA HORÁRIA SEMANAL: 4h

PRÁTICA COMO COMPONENTE CURRICULAR (PCC): 60h

ATIVIDADE CURRICULAR DE EXTENSÃO (ATE): 15h

PADRÃO (PD): 40h

EMENTA

Proposta de valor para inovação. Estratégia de Inovação. Cultura para inovação. Inovação e roadmaps. Inteligência artificial. Transformação digital. Indicadores de inovação. Inovação aberta. Corporate Venture Capital

OBJETIVO GERAL

Introdução aos conceitos relacionados à Inovação Tecnológica e Transformação Digital.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Com base no conteúdo da ementa, planejar, elaborar e ofertar eventos de extensão, na forma de eventos, cursos e projetos que possam ser ofertados à comunidade externa e interna à UFPR.

PROGRAMA

MÓDULO I

DIAGNÓSTICO DE INOVAÇÃO

Proposta de valor para inovação

Estratégia de Inovação

Cultura para inovação

MÓDULO II

ESTRATÉGIAS PARA INOVAR

Inovação e roadmaps

Inteligência artificial

Transformação digital

MÓDULO III

CRIAÇÃO DE VALOR

Indicadores de inovação

Inovação aberta

Corporate Venture Capital

CRONOGRAMA

1	10 e 12 mar	PRESENCIAL e ASSÍNC	Apresentação da disciplina	
2	17 e 19 mar	ON LINE ASSÍNC	Proposta de valor p/ inovação	MÓDULO 1
3	24 e 26 mar	ON LINE ASSÍNC	Estratégia de Inovação	
4	31 mar e 2 abr	ON LINE ASSÍNC	Cultura para inovação	
5	7 e 9 abr	ON LINE ASSÍNC	AVALIAÇÃO MÓDULO 1	
6	23 e 28 abr	ON LINE ASSÍNC	Inovação e roadmaps	MÓDULO 2
7	30 abr e 5 mai	ON LINE ASSÍNC	Inteligência artificial	
8	7 e 12 mai	ON LINE ASSÍNC	Transformação digital	
9	14 e 19 mai	ON LINE ASSÍNC	AVALIAÇÃO MÓDULO 2	
10	21 e 26 mai	ON LINE ASSÍNC	Indicadores de inovação	MÓDULO 3
11	28 e 30 mai	ON LINE ASSÍNC	Inovação aberta	
12	2 e 4 jun	ON LINE ASSÍNC	AVALIAÇÃO MÓDULO 3	
13	9 e 11 jun	ON LINE ASSÍNC	Ajustes na versão final da proposta	
14	16 e 18 jun	EXAME FINAL	Avaliação individual com base na proposta	
15	23 e 25 jun	ON LINE SÍNC	Prazo ajustes na versão final (em grupo)	

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

As aulas serão ministradas, de forma assíncrona, em dois dias da semana: às segundas e quartas-feiras, das 10h30 às 12h30. A exceção se dá na primeira aula, no dia 10 de março, que será presencial. A metodologia de ensino será composta pelas etapas: (1) aulas online, onde serão apresentados e discutidos os temas elencados na ementa da disciplina; (2) distribuição de grupos de trabalho para proposição de eventos de extensão, como palestras e cursos, e elaboração de materiais para divulgação; (3) apresentação das propostas de eventos de extensão, na forma de seminários; e (4) oferta de (pelo menos) um evento de extensão.

A nota semestral da disciplina será composta pelo somatório das atividades:

ATIVIDADE 1

(25 pontos)

Leitura e discussão dos temas da ementa, com apresentação de seminários e atividade avaliativa em grupo. Proposta inicial de atividade de extensão.

ATIVIDADE 2

(25 pontos)

Com base no conteúdo da ementa, elaboração de proposta de evento de extensão, como palestras e cursos, e elaboração de materiais para divulgação do evento. Apresentação de seminários.

ATIVIDADE 3

(50 pontos)

Participação na oferta de (pelo menos) um evento de extensão.

REFERÊNCIA BÁSICA

KEELEY, L. et al. DEZ TIPOS DE INOVAÇÃO: a disciplina de criação de avanços de ruptura. São Paulo: DVS Editora, 2015.

DRUMMOND, R. FAZENDO A INOVAÇÃO ACONTECER: um guia prático para você liderar o crescimento sustentável da sua organização. São Paulo: Planeta, 2018.

ROGERS, D. TRANSFORMAÇÃO DIGITAL 2: um roadmap para superar os obstáculos e implementar a transformação digital de forma contínua na sua organização. São Paulo: Autêntica, 2024.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

AMBROSE, Gavin: Design Thinking. Porto Alegre: Bookman, 2011.

BLANK, S.; DORF, B. Startup: manual do empreendedor. Rio de Janeiro: Alta Books, 2014.

CAGAN, M. Inspirado: como criar produtos de tecnologia que os clientes amam. Rio de Janeiro: Alta Books, 2021.

KNAPP, Jake. Sprint: o método usado no Google para testar e aplicar novas ideias em apenas cinco dias. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2017.

REIS, Eric. O estilo Startup: como as empresas modernas usam o empreendedorismo para se transformar e crescer. Rio de Janeiro: Leya, 2018.

Professora da Disciplina: Márcia Ramos May

Chefe de Departamento: Ana Paula Mussi S. Cherobim

INOVAÇÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL: ESTRATÉGIAS E APLICAÇÕES

2025 I semestre

LABORATÓRIO EXTENSIONISTA II

SAOP26

PROFa. MÁRCIA RAMOS MAY

NATUREZA: optativa

OFERTA: semestral

MODALIDADE: parcialmente EaD (56h)

CARGA HORÁRIA TOTAL: 60h

CARGA HORÁRIA SEMANAL: 4h

PRÁTICA COMO COMPONENTE CURRICULAR (PCC): 60h

ATIVIDADE CURRICULAR DE EXTENSÃO (ATE): 15h

PADRÃO (PD): 40h

EMENTA

Proposta de valor para inovação. Estratégia de Inovação. Cultura para inovação. Inovação e roadmaps. Inteligência artificial. Transformação digital. Indicadores de inovação. Inovação aberta. Corporate Venture Capital

OBJETIVO GERAL

Introdução aos conceitos relacionados à Inovação Tecnológica e Transformação Digital.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Com base no conteúdo da ementa, planejar, elaborar e ofertar eventos de extensão, na forma de eventos, cursos e projetos que possam ser ofertados à comunidade externa e interna à UFPR.

PROGRAMA

MÓDULO I

DIAGNÓSTICO DE INOVAÇÃO

Proposta de valor para inovação

Estratégia de Inovação

Cultura para inovação

MÓDULO II

ESTRATÉGIAS PARA INOVAR

Inovação e roadmaps

Inteligência artificial

Transformação digital

MÓDULO III

CRIAÇÃO DE VALOR

Indicadores de inovação

Inovação aberta

Corporate Venture Capital

CRONOGRAMA

1	10 e 12 mar	PRESENCIAL e ASSÍNC	Apresentação da disciplina	
2	17 e 19 mar	ON LINE ASSÍNC	Proposta de valor p/ inovação	MÓDULO 1
3	24 e 26 mar	ON LINE ASSÍNC	Estratégia de Inovação	
4	31 mar e 2 abr	ON LINE ASSÍNC	Cultura para inovação	
5	7 e 9 abr	ON LINE ASSÍNC	AVALIAÇÃO MÓDULO 1	
6	23 e 28 abr	ON LINE ASSÍNC	Inovação e roadmaps	MÓDULO 2
7	30 abr e 5 mai	ON LINE ASSÍNC	Inteligência artificial	
8	7 e 12 mai	ON LINE ASSÍNC	Transformação digital	
9	14 e 19 mai	ON LINE ASSÍNC	AVALIAÇÃO MÓDULO 2	
10	21 e 26 mai	ON LINE ASSÍNC	Indicadores de inovação	MÓDULO 3
11	28 e 30 mai	ON LINE ASSÍNC	Inovação aberta	
12	2 e 4 jun	ON LINE ASSÍNC	AVALIAÇÃO MÓDULO 3	
13	9 e 11 jun	ON LINE ASSÍNC	Ajustes na versão final da proposta	
14	16 e 18 jun	EXAME FINAL	Avaliação individual com base na proposta	
15	23 e 25 jun	ON LINE SÍNC	Prazo ajustes na versão final (em grupo)	

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

As aulas serão ministradas, de forma assíncrona, em dois dias da semana: às segundas e quartas-feiras, das 10h30 às 12h30. A exceção se dá na primeira aula, no dia 10 de março, que será presencial. A metodologia de ensino será composta pelas etapas: (1) aulas online, onde serão apresentados e discutidos os temas elencados na ementa da disciplina; (2) distribuição de grupos de trabalho para proposição de eventos de extensão, como palestras e cursos, e elaboração de materiais para divulgação; (3) apresentação das propostas de eventos de extensão, na forma de seminários; e (4) oferta de (pelo menos) um evento de extensão.

A nota semestral da disciplina será composta pelo somatório das atividades:

ATIVIDADE 1

(25 pontos)

Leitura e discussão dos temas da ementa, com apresentação de seminários e atividade avaliativa em grupo. Proposta inicial de atividade de extensão.

ATIVIDADE 2

(25 pontos)

Com base no conteúdo da ementa, elaboração de proposta de evento de extensão, como palestras e cursos, e elaboração de materiais para divulgação do evento. Apresentação de seminários.

ATIVIDADE 3

(50 pontos)

Participação na oferta de (pelo menos) um evento de extensão.

REFERÊNCIA BÁSICA

KEELEY, L. et al. DEZ TIPOS DE INOVAÇÃO: a disciplina de criação de avanços de ruptura. São Paulo: DVS Editora, 2015.

DRUMMOND, R. FAZENDO A INOVAÇÃO ACONTECER: um guia prático para você liderar o crescimento sustentável da sua organização. São Paulo: Planeta, 2018.

ROGERS, D. TRANSFORMAÇÃO DIGITAL 2: um roadmap para superar os obstáculos e implementar a transformação digital de forma contínua na sua organização. São Paulo: Autêntica, 2024.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

AMBROSE, Gavin: Design Thinking. Porto Alegre: Bookman, 2011.

BLANK, S.; DORF, B. Startup: manual do empreendedor. Rio de Janeiro: Alta Books, 2014.

CAGAN, M. Inspirado: como criar produtos de tecnologia que os clientes amam. Rio de Janeiro: Alta Books, 2021.

KNAPP, Jake. Sprint: o método usado no Google para testar e aplicar novas ideias em apenas cinco dias. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2017.

REIS, Eric. O estilo Startup: como as empresas modernas usam o empreendedorismo para se transformar e crescer. Rio de Janeiro: Leya, 2018.

Professora da Disciplina: Márcia Ramos May

Chefe de Departamento: Ana Paula Mussi S. Cherobim



Ministério da Educação
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Departamento de Administração Geral e Aplicada

1. Dados Gerais

Disciplina: Pesquisa Científica em Administração **Código:** SAOB24 – M1

Pré-requisito: --

Co-requisito: --

Créditos: 4

CH total: 45 PD + 15 ORh

CH semanal: 4 horas

Número de vagas ofertadas: 55 vagas

Docente(s): Fernanda Salvador Alves

Contato: fsa@ufpr.br

Ambiente Virtual de Aprendizagem utilizado: Teams

2. EMENTA (Unidade Didática)

Introdução a pesquisa científica. Ontologia, Epistemologia e Metodologia da pesquisa. Tipos de pesquisas científicas. Etapas de pesquisas científicas. Elaboração e divulgação de trabalhos científicos.

3. PROGRAMA (itens de cada unidade didática)

1. Introdução à Pesquisa Científica

- 1.1 O que é pesquisa científica?
- 1.2 Senso comum e pensamento crítico.
- 1.3 Diferenças entre texto jornalístico e texto científico.
- 1.4 Importância da pesquisa científica na sociedade.
- 1.5 Produção de conhecimento no campo das ciências sociais e da administração.
- 1.6 Pesquisa científica versus pesquisa gerencial.

2. Fundamentos da Pesquisa Científica

- 2.1 Tipos de trabalhos acadêmicos: artigos, monografias, dissertações e teses.
- 2.2 Bases de dados e busca de artigos científicos.
- 2.3 Leitura e fichamento de artigos científicos: (Identificação das seções e itens de um artigo científico.)
- 2.4 Redação acadêmico-científica: (Princípios da linguagem acadêmica., Construção de argumentos e coesão textual.)
- 2.5 Normalização e formatação de trabalhos acadêmicos (ABNT, APA, etc.).

3. Elaboração de Trabalhos Científicos

- 3.1 Estrutura de trabalhos científicos: (Introdução, justificativa, referencial teórico, Metodologia, resultados, discussão e considerações finais.)
- 3.2 Escolha e delimitação do tema de pesquisa.
- 3.3 Formulação do problema de pesquisa, perguntas e objetivos.
- 3.4 Elaboração de Introdução e Justificativas.
- 3.5 Construção do referencial teórico: (Identificação e revisão da literatura., Estruturação do marco teórico.)
- 3.6 Tipos de pesquisa científica: (Pesquisa teórica e empírica, Pesquisa exploratória, descritiva e explicativa, Métodos qualitativos, quantitativos e mistos.)
- 3.7 Tipos de delineamento de pesquisa: (Estudos de caso, surveys, experimentos, revisões sistemáticas.)
- 3.8 Fontes e técnicas de coleta de dados: (Dados primários (entrevistas, questionários, observação)., Dados secundários (bases de dados, documentos).,)
- 3.9 Técnicas de análise de dados: (Estatísticas descritivas e inferenciais., Análise de conteúdo., Análise

temática.)

3.10 Resultados e discussão de uma pesquisa científica

3.11 Considerações finais de uma pesquisa científica

3.12 Apresentação de trabalhos científicos

4. OBJETIVO GERAL

Despertar o interesse do aluno em desenvolver textos científicos, bem como oferecer subsídios para a elaboração de trabalhos acadêmicos

5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Aprender a produzir textos em linguagem e nas normas científicas, sem plágio, fraude ou erro acadêmico.
- Estimular os alunos na busca por conhecimentos científicos
- Identificar os elementos teórico-metodológicos em pesquisa social
- Conhecer as etapas básicas de um projeto de pesquisa
- Aprender como é feita a análise de dados e a elaboração de relatório final de pesquisa

6. PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

Aulas expositivas

Consulta a sites de busca de material científico

Busca, leitura e discussão de artigos científicos

Resolução de exercícios (em sala e/ou em casa, individuais ou em grupo)

Elaboração de trabalho científico e vídeo final

7. BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica

COOPER, D.; SCHINDLER, P. Métodos de Pesquisa em Administração. Grupo A, 2016. Disponível em:<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788580555738/>

FLICK, U. Introdução à Metodologia de Pesquisa. Grupo A, 2012. Disponível em:<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788565848138/>

MARTINS, G. A.; THEÓPHILO, C. R. Metodologia da Investigação Científica para Ciências Sociais Aplicadas. 3ª ed. Grupo GEN, 2016. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597009088/>

Bibliografia Complementar

BANKS, M.; FLICK, U. Dados visuais para pesquisa qualitativa. (Métodos de pesquisa). Grupo A, 2009. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788536321349/>

DANCEY, C.; REIDY, J. Estatística sem matemática para psicologia. (Métodos de pesquisa). Grupo A, 2019. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788584291434/>

DRESCH, A.; LACERDA, D. P.; JÚNIOR, J. A. V. A. Design science research: método de pesquisa para avanço da ciência e tecnologia. Grupo A, 2015. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788582605530/>

FERNANDEZ, B. P. M. Métodos e técnicas de pesquisa. Editora Saraiva, 2012. Disponível em:<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502173712/>

FERREIRA, M. P. Pesquisa em Administração e Ciências Sociais - Um Guia para Publicação de Artigos

Acadêmicos. Grupo GEN, 2015. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-216-2868-2/>

GIBBS, G.; FLICK, U. Análise de dados qualitativos. (Métodos de pesquisa). Grupo A, 2009. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788536321332/>

GRAY, D. E. Pesquisa no mundo real. (Métodos de pesquisa). Grupo A, 2011. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788563899293/>

NASCIMENTO, L. P. D. Elaboração de projetos de pesquisa: Monografia, dissertação, tese e estudo de caso, com base em metodologia científica. Cengage Learning Brasil, 2016. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522126293/>

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, M. P. B. Metodologia de Pesquisa. Grupo A, 2013. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788565848367/>

SIEGEL, S.; JR., N. J. C. Estatística não-paramétrica para ciências do comportamento. (Métodos de pesquisa). Grupo A, 2006. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788536313580/>

STAKE, R. E. Pesquisa qualitativa: estudando como as coisas funcionam. Grupo A, 2011. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788563899330/>

YIN, R. K. Pesquisa Qualitativa do Início ao Fim. Grupo A, 2016. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788584290833/>

8. FORMAS DE AVALIAÇÃO E EXAME FINAL

A média semestral do aluno será elaborada da seguinte forma: a nota das atividades em grupo (construção do trabalho científico) será somada a nota da prova. Esse valor será dividido por dois. Se o resultado for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado. Se estiver entre 40 e 69, o aluno deverá fazer o Exame Final. Se estiver abaixo de 50 (após o Exame Final) o aluno estará reprovado. A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h).

9. CRONOGRAMA

Data	Conteúdo
13/3	Apresentação da Disciplina e Introdução à Pesquisa Científica
20/3	Importância da Pesquisa Científica
27/3	Tipos de Trabalhos Acadêmicos, Comunicação científica Fontes de pesquisa (bases de dados)
3/4	Estrutura, Leitura e Fichamento de Trabalhos Científicos
10/4	Redação Acadêmico-Científica
24/4	Escolha e Delimitação do Tema de Pesquisa
1/5	Normalização e Formatação de Trabalhos Acadêmicos (atividade em casa)
8/5	Elaboração de Introdução e Justificativas
15/5	Construção do Referencial Teórico
22/5	Tipos de Pesquisa Científica e Delineamentos
29/5	Coleta de Dados e Técnicas de Análise
5/6	Resultados, Discussão e Considerações finais
12/6	Revisão e Integração do Trabalho Acadêmico I
19/6	Revisão e Integração do Trabalho Acadêmico II (atividade em casa) Produção de vídeo
26/6	Avaliação final
10/7	Exame final



Ministério da Educação
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Departamento de Administração Geral e Aplicada

PLANO DE ENSINO

DISCIPLINA: COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL N1

IDENTIFICAÇÃO

Disciplina: COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL

Prof.(a) ACYR SELEME

Pré-requisitos:

Créditos: 4

Carga horária semanal: 4

Carga horária total: 60

OBJETIVO GERAL

Fornecer o suporte teórico-prático que permita aos alunos aprimorar a compreensão do comportamento humano em ambientes organizacionais.

Auxiliar os alunos no conhecimento dos conceitos, abordagens, teorias e pesquisas do campo de estudos do comportamento humano nas organizações, considerando-se desde os modelos clássicos até as novas teorias, tendo em vista sua importância no contexto da sociedade contemporânea e sua relevância para a Administração como área de conhecimento e ação.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Mais especificamente, pretende-se que os alunos:

1. Adquiram conhecimento sobre o campo do Comportamento Organizacional .
2. Conheçam as perspectivas e limitações da área.
3. Interpretem as diferentes concepções e fatores humanos nos ambientes organizacionais.

PROGRAMA

1. Introdução ao Comportamento Organizacional e Comportamento, personalidade e valores individuais

2. Percepção pessoal e dos outros nas organizações
3. Emoções, atitudes e estresse no local de trabalho
4. Motivação do funcionário
5. Tomada de decisão e criatividade
6. Dinâmica de grupo e Comunicação nas equipes e organizações
7. Poder e influência no local de trabalho e Conflitos e Negociação no local de trabalho
8. Liderança nos contextos organizacionais
9. Cultura organizacional

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

- O sistema de comunicação a ser adotado será o Teams, como sistema de repositório, postagens e sistema avaliação.
- Todos os materiais didáticos para as atividades de ensino estarão disponíveis em pastas exclusivas desta disciplina no Teams e
- As mídias e os recursos tecnológicos para as encontros síncronos serão a partir dos recursos do Teams com seu conteúdo devidamente disponibilizado; e dúvidas via email seleme@ufpr.br.

FORMAS DE AVALIAÇÃO (critérios de avaliação e frequência)

A nota semestral da disciplina será composta da seguinte forma: Duas Avaliações individuais bimensais valendo o mesmo peso (30% cada), mais as avaliações individuais semanais (a soma delas/número delas valerão 40% da nota final), realizadas no prazo definido (ver CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO DA DISCIPLINA abaixo).

A frequência será controlada pela **entrega** das avaliações individuais semanais e pela participação nas duas avaliações individuais bimensais.

TIPO DE AVALIAÇÃO	PESO DE CADA AVALIAÇÃO	PESO total AVALIAÇÃO
10 AVALIAÇÕES INDIVIDUAIS SEMANAIS	2%	2% X 10= 20%
2 AVALIAÇÕES INDIVIDUAIS BIMENSAIS	40%	40% X 2 = 80 %
TOTAL		100

OBS1: A média semestral do aluno resultará do somatório das atividades descritas. Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado. Se estiver entre 40 e 69 o aluno deverá fazer Exame Final. Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o aluno estará reprovado. A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h).

OBS2: Os discentes têm direito a segunda chamada de atividades avaliativas e provas. A data e forma de realização da segunda chamada deve ser acordada entre docente e discente. Observar que a Resolução 37/97 CEPE/UFPR estipula o prazo regulamentar de de 5 dias úteis após a realização da atividade.

CRONOGRAMA DAS ATIVIDADES PRESENCIAIS

CONTEÚDOS DO LIVRO TEXTO DE McShane & Von Glinow -6º Ed		SEMANAS	AVALIAÇÕES
BIMESTRE 1	CAP 1/ 2	S1-	
	CAP 3	S2	
	CAP 4	S3	
	CAP 5	S4	
	CAP 7	S5	
BIMESTRE 2	CAP 8	S8	
	CAP 9	S9	
	CAP 10	S10	
	CAP 11	S11	
	CAP12	S12	
	CAP 14	S13	
Final	TODOS OS CAPÍTULOS	S15	EXAME FINAL

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

1. MCSHANE, S. & VON GLINOW, M.A.. Comportamento Organizacional: Conhecimento emergente e Realidade Global. 6º edição, Bookman, Porto Alegre, 2014.
2. KINICKI, A. e KREITNER, R. Comportamento Organizacional, 2º McGraw Hill, São Paulo, 2006.
3. ROBBINS, S.; JUDGE, T.A.; e SOBRAL, F. Comportamento organizacional 14º ed. São Paulo:PEARSON, 2011

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

1. CLEGG, S.; HARDY, C.; NORD, W. (Orgs). Handbook de estudos organizacionais (3 volumes). São Paulo: Atlas, 1998.
2. KATZ, D.; KAHN, R. The social psychology of organizations. New York: John Wiley & Sons, 1977.
3. MCSHANE, S. e VON GLINOW, M.A.. Comportamento Organizacional, Bookman, Porto Alegre, 2004.
4. MORGAN, Gareth. Imagens da organização. São Paulo: Atlas, 1997.
5. ROBBINS, S. Comportamento organizacional. 11º. São Paulo:PEARSON, 2006
6. SIMON, Herbert; MARCH, James. Teoria das organizações. Rio de Janeiro: FGV, 1977.



Plano de ensino – Ficha 02

Disciplina: Pensamento Administrativo (Turma N1, sexta-feira - Noturno)						Código: SAOB23	
Natureza: (X) Obrigatória () Optativa		(X) Semestral () Anual () Modular					
Pré-requisito:		Co-requisito:		Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD () ___ *C.H.EaD			
CH Total: 60 CH semanal: 04		Padrão (PD): 45	Laboratório (LB): 00	Campo (CP): 00	Estágio (ES): 00	Orientada (OR): 15	Prática Específica (PE): 00
Estágio de Formação Pedagógica (EFP):		Extensão (EXT): 00	Prática como Componente Curricular (PCC): 00				
Número de vagas ofertadas: 65							
Docente: Rodrigo Luiz Morais da Silva							
Contato: rodrigo.morais.silva@ufpr.br							
EMENTA							
A gestão antes da Revolução industrial. A Administração Científica e Teoria Clássica. As funções administrativas. Organização Racional do Trabalho. Movimento das Relações Humanas. Abordagem Comportamentalista. Teoria do Desenvolvimento Organizacional. Teoria dos sistemas. Teoria da Contingência. Novos modelos de gestão e empreendedorismo.							
PROGRAMA							
1. Introdução à administração e funções administrativas							
1.1 Introdução à administração							
1.2 Por que estudar administração?							
1.3 Conceito de administração							
1.4 As funções da administração							
1.5 Níveis administrativas							
1.6 Habilidades e papéis administrativos							
1.7 As organizações e seus ambientes							
2. A gestão antes da Revolução Industrial							
2.1 Administração nas civilizações antigas							
2.2 Contribuições militares							
2.3 Revolução industrial							
2.4 Pioneiros nos estudos de administração							
3. Administração científica e organizacional racional do trabalho							
3.1 O que é uma teoria?							
3.2 Introdução à administração científica							
3.3 Contribuições principais de Frederick Taylor							
3.4 Contribuições principais de Ford							
3.5 Apreciações crítica e conclusões fundamentais							
4. A teoria administrativa							
4.1 Introdução							
4.2 Contribuições principais de Henry Fayol							
4.3 Seguidores de Fayol							
4.4 Elementos da teoria administrativa							
4.5 Apreciações crítica e conclusões fundamentais							
5. A teoria da burocracia							



- 5.1 Introdução
- 5.2 Origem da burocracia
- 5.3 Contribuições de Weber
- 5.4 Elementos principais da teoria da burocracia
- 5.5 Disfunções do modelo burocrático
- 5.6 Apreciações crítica e conclusões fundamentais

6. A escola das relações humanas

- 6.1 Introdução
- 6.2 Psicologia industrial
- 6.3 Os estudos de Hawthorne
- 6.4 Outros estudiosos da escola das relações humanas
- 6.5 Apreciações crítica e conclusões fundamentais

7. A escola comportamentalista

- 7.1 Introdução
- 7.2 A dinâmica dos grupos
- 7.3 Motivação humana
- 7.4 Liderança nas organizações
- 7.6 Apreciações crítica e conclusões fundamentais

8. A teoria de sistemas

- 8.1 Introdução
- 8.2 Origem da teoria dos sistemas
- 8.3 As organizações como sistemas abertos
- 8.4 Apreciações crítica e conclusões fundamentais

9. A teoria das contingências

- 9.1 Introdução
- 9.2 Origem da teoria da contingência
- 9.3 Relação "se-então"
- 9.4 Relação Tecnologia e Estrutura
- 9.5 Organizações orgânicas e organizações mecânicas
- 9.4 Apreciações crítica e conclusões fundamentais

10. Desenvolvimento Organizacional e Administração por objetivos

- 10.1 Introdução
- 10.2 Conceito e características da DO
- 10.2 Conceito e características da APO
- 10.3 Os processos de DO e APO e suas vantagens
- 10.4 Apreciações crítica e conclusões fundamentais

OBJETIVO GERAL

Compreender a evolução do pensamento administrativo, em suas várias correntes, seus contextos e implicações.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Apresentar as escolas ou teorias da administração;
2. Propor um domínio conceitual da teoria administrativa;
3. Estabelecer relações entre as referências conceituais e situações concretas.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS e METODOLOGIA

A disciplina de Pensamento Administrativo será conduzida a partir de duas modalidades: presencial (45h) e atividades orientadas (15h). A modalidade presencial utilizará os seguintes procedimentos didáticos: 1) leitura prévia do conteúdo específico para cada aula, conforme programação disponível; 2) aula expositiva com utilização de slides e lousa; 3) desenvolvimento de estudos de caso durante o horário de aula. As atividades orientadas serão desenvolvidas por meio da realização de atividades (exercícios) fora do horário de aula para entrega via Microsoft Teams. Além dos disso, será ofertado aos discentes a possibilidade de agendamento de horários para sanar dúvidas, além da oportunidade de envio de indagações via e-mail e chat via Microsoft Teams.



Horário das aulas presenciais: sextas-feiras das 19:00 às 22:15.

FORMAS DE AVALIAÇÃO e AFERIÇÃO DE FREQUÊNCIA

A **avaliação** da disciplina será realizada a partir de avaliações teóricas individuais e sem consulta (provas), estudos de casos e resolução de exercícios, conforme abaixo:

	Atividade de Avaliação	Valor	Data
Parte 1 50 pontos	Atividades de estudo de caso em sala	10	Ao longo da primeira parte do semestre
	Atividades de resolução e exercícios extraclasse	20	Ao longo da primeira parte do semestre
	Avaliação individual (prova 1)	70	25/04/2025
Parte 2 50 pontos	Atividades de estudo de caso em sala	10	Ao longo da segunda parte do semestre
	Atividades de resolução e exercícios extraclasse	20	Ao longo da segunda parte do semestre
	Avaliação individual (prova 2)	70	27/06/2025

A nota para aprovação na disciplina é de 70 pontos. Farão exame final os alunos que obtiveram frequência igual ou superior a 75% e média final entre 40 e 69. No exame final, será solicitado o conteúdo discutido durante todo o semestre.

A **frequência** mínima para aprovação na disciplina é de 75%.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

MAXIMIANO, A. C. A. **Teoria Geral da Administração**: da Revolução Urbana à Revolução Digital. 8ª edição. Rio de Janeiro: Atlas, 2017. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597012460/>

MOTTA, F. C. P.; VASCONCELOS, I. F. G. **Teoria Geral da Administração**. 4.ed. São Paulo: Cengage Learning, 2021. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786555583885/>

RIBEIRO, A. de L. **Teorias da administração**. Editora Saraiva, 2016. <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-02-63539-5/>

SILVA, R. R. da. **Teorias da Administração**. 2.ed. São Paulo: Prentice Hall Brasil, 2013.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ESCRIVÃO FILHO, E.; PERUSSI FILHO, S. **Teorias de administração**: Introdução ao estudo do trabalho do administrador. São Paulo: Editora Saraiva, 2010.

JONES, G. **Teoria das Organizações**. 6. ed. São Paulo: Pearson, 2010.

KWASNICKA, E. L. **Introdução à administração**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

LACOMBE, F. **Teoria geral da administração**. São Paulo: Editora Saraiva, 2009.

MORGAN, G. Paradigmas, metáforas e resolução de quebra-cabeças na teoria das organizações. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, v. 45, n. 1, p. 58-71, 2005. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rae/article/view/37103/61505>

OLIVEIRA, D. P. R. **Teoria geral da administração**: uma abordagem prática. 3ª edição. São Paulo: Editora Atlas, 2012.

SOBRAL, F. PECCI, A. **Administração: teoria e prática no contexto brasileiro**. 2ª. Edição. São Paulo: Pearson, 2013.



Professor da Disciplina: Rodrigo Luiz Morais da Silva

Assinatura: Documento assinado de forma digital.

Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: Ana Paula Mussi Szabo Cherobim

Assinatura: Documento assinado de forma digital

ANEXO I – CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO DETALHADO DA DISCIPLINA

Aula	Data	Assunto	Leitura obrigatória
1	14/03	Apresentação da disciplina, introdução à administração e funções administrativas	Silva (2013) Cap. 1
2	21/03	As organizações e seu ambiente / A gestão antes da Revolução Industrial	Silva (2013) Cap. 2 e 3
3	28/03	Administração científica e organizacional racional do trabalho	Silva (2013) Cap. 4
4	04/04	A teoria administrativa	Silva (2013) Cap. 5
5	11/04	A teoria da burocracia	Silva (2013) Cap. 6
6	25/04	1ª Prova	
7	09/05	A escola das relações humanas	Silva (2013) Cap. 8
8	16/05	A escola comportamentalista – parte 1	Silva (2013) Cap. 9
9	23/05	A escola comportamentalista – parte 2	Silva (2013) Cap. 9
10	30/05	A teoria de sistemas e a teoria contingencial	Silva (2013) Cap. 14 e 15
11	06/06	Desenvolvimento Organizacional Administração por Objetivos	Silva (2013) Cap. 16 e 17
12	13/06	Novos modelos de gestão e empreendedorismo	Leitura completa do artigo Souza et al (2022)
13	27/06	2ª Prova	
14	04/07	Entrega de notas	
15	11/07	Exame final	

* Mudanças de datas em relação aos conteúdos poderão ocorrer em virtude do andamento das aulas.



Ficha 2 - Fundamentos da Gestão Organizacional

Disciplina: Fundamentos da Gestão Organizacional						Código: SA103	
Professor: Bruno Eduardo Slongo Garcia, Dr.							
Linkedin: https://www.linkedin.com/in/bruno-eduardo-slongo-garcia-a51b85110/							
Currículo Lattes: http://lattes.cnpq.br/1227713812726113							
Disciplina obrigatória/ Semestral							
Pré-requisito e Co-requisito: Não		Modalidade: Presencial					
CH Total: 60h CH semanal: 4h		Padrão (PD): 60h	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 00 Estágio de Formação Pedagógica (EFP): 00
EMENTA							
<ol style="list-style-type: none">1. Conceitos básicos (Administração: conceituação e características;2. Organizações: conceito e tipos;3. Necessidades de recursos tradicionais e modernos em administração;4. Finalidade das organizações;5. Formas de concentração de empresas;6. O processo de tomada de decisões;7. Planejamento e Organização;8. Direção e Coordenação;9. Avaliação;10. Áreas da Administração;11. Funções e Integração;12. Ciclo Administrativo e seu funcionamento.							
OBJETIVO GERAL:							
Apresentar e discutir os Fundamentos de Gestão Organizacional, enfatizando as principais funções organizacionais.							
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:							
Compreender o que são organizações e suas características; Apresentar as principais funções organizacionais; Discutir práticas de gestão e sua aplicabilidade no contexto organizacional; Debater temáticas e práticas contemporâneas nas organizações; Elucidar a tomada de decisões em relação aos recursos necessários para a organização.							
PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS							
Para o bom andamento da disciplina é fundamental a leitura prévia disponibilizada pelo professor, com a elaboração de questionamentos e levantamento de pontos de discussão para as aulas presenciais.							
Nas aulas presenciais , a disciplina será desenvolvida sob duas abordagens, a saber:							
-Aulas expositivo-dialogadas: Serão apresentados, pelo professor, os conteúdos curriculares teóricos com base em casos reais. Nessas aulas poderão ocorrer palestras e <i>workshops</i> com convidados externos.							



-Aulas práticas: Os estudantes participarão de atividades práticas que envolvem estudos de caso, seminários e discussões em grupo a respeito do conteúdo teórico.

Serão utilizados os seguintes recursos: quadro de giz, notebook e projetor multimídia.

Cronograma dos Encontros

Parte 01 – Introdução a Administração de Empresas

Semana 01 - Introdução aos Fundamentos da Gestão Organizacional – organizações e os administradores

Datas: 10/03 e 13/03

Bibliografia da semana:

SOBRAL, F.; PECL, A. Administração: teoria e prática no contexto brasileiro. Cap. 1. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2013.

BATEMAN, Thomas S.; SNELL, Scott A. Administração. Cap. 1. Grupo A, 2012.

Semana 02 - Teorias Organizacionais – Administração Científica e Clássica

Datas: 17/03 e 20/03

Bibliografia da semana:

LACOMBE, Francisco. Teoria geral da administração. Cap. Editora Saraiva, 2009.

CHIAVENATO, Idalberto. Teoria Geral da Administração. Grupo Gen, 2021.

Semana 03 - Escola da Burocracia e Teoria das Relações Humanas

Datas: 24/03 e 27/03

Bibliografia da semana:

LACOMBE, Francisco. Teoria geral da administração. Cap. Editora Saraiva, 2009. E-book

CHIAVENATO, Idalberto. Teoria Geral da Administração – Parte I, cap. 1. Vol. 2. Grupo GEN, 2021.

CHIAVENATO, Idalberto. Teoria Geral da Administração – Cap. 4. Vol. 1. Grupo GEN, 2021.

Semana 04 - Teoria Comportamental e Teoria Estruturalista

Datas: 31/03 e 03/04

Bibliografia da semana:

LACOMBE, Francisco. Teoria geral da administração. Cap. 5.6. Editora Saraiva, 2009. E-book.

CHIAVENATO, Idalberto. Teoria Geral da Administração – Cap. 2. Vol. 2. Grupo GEN, 2021.

Semana 05 – Teoria dos Sistemas, Teoria da Contingência e Era da Informação

Datas: 07/04 e 10/04

Bibliografia da semana:

LACOMBE, Francisco. Teoria geral da administração. Editora Saraiva, 2009. E-book

CHIAVENATO, Idalberto. Teoria Geral da Administração – Cap. 7 e 8. Vol. 2. Grupo GEN, 2021.

Nesta semana haverá um trabalho avaliativo.

Semana 06 – Ambientes empresariais (micro e macroambiente), Áreas funcionais da organização e Funções da Administração

Datas: 14/04 e 17/04

Bibliografia da semana:

SOBRAL, F.; PECL, A. Administração: teoria e prática no contexto brasileiro. Cap. 9, 10 e 11. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2013.

Semana 07 – Clima e Cultura Organizacional

Datas: 24/04

Bibliografia da semana:

FERREIRA, Patricia I. Série MBA - Gestão de Pessoas - Clima Organizacional e Qualidade de Vida no Trabalho. Cap. 3. Grupo GEN, 2013.

SCHEIN, Edgar H.; SCHEIN, Peter. Cultura Organizacional e Liderança. Cap. 1. Grupo GEN, 2022.



Semana 08 – 1º Avaliação Bimestral

Datas: 28/04

Bibliografia da semana:

Leitura das bibliografias listadas para cada aula.

2º Bimestre -Tendências em Gestão Organizacional

Semana 09 – Formulação Estratégica

Datas: 05/05 e 08/05

Bibliografia da semana:

WILLIAMS, Chuck. ADM: Princípios de administração. Cap. 6. Cengage Learning Brasil, 2017.

Semana 10 – Liderança e Tomada de Decisões

Datas: 12/05 e 15/05

Bibliografia da semana:

WILLIAMS, Chuck. ADM: Princípios de administração. Cap. 14. Cengage Learning Brasil, 2017.

Semana 11 – Gerenciamento de Equipes e Análise de competências individuais e organizacionais

Datas: 19/05 e 22/05

Bibliografia da semana:

WILLIAMS, Chuck. ADM: Princípios de administração. Cap. 10. Cengage Learning Brasil, 2017.

Semana 12 - Ética Empresarial e Gestão da Diversidade

Datas: 26/05 e 29/05

Bibliografia da semana:

WILLIAMS, Chuck. ADM: Princípios de administração. Cap. 4. Cengage Learning Brasil, 2017.

Semana 13 – Comunicação Empresarial

Datas: 02/06 e 05/06

Bibliografia da semana:

WILLIAMS, Chuck. ADM: Princípios de administração. Cap. 15. Cengage Learning Brasil, 2017.

Semana 14 – Mudança Organizacional e Responsabilidade Social e novos negócios

Datas: 09/06 e 12/06

Bibliografia da semana:

ROBBINS, Stephen P.; DECENZO, David A.; WOLTER, Robert M. A nova administração. Cap. 15. Editora Saraiva, 2020. 2024.

WILLIAMS, Chuck. ADM: Princípios de administração. Cap. 4. Cengage Learning Brasil, 2017.

Nesta semana haverá um trabalho avaliativo.

Semana 15 - ESG

Datas: 16/06

Bibliografia da semana:

WILLIAMS, Chuck. ADM: Princípios de administração. Cap. 4. Cengage Learning Brasil, 2017.

Semana 16 – Segunda avaliação Bimestral Individual (23/06) e devolutiva de prova

Datas: 23/06 e 26/06

Semana 17 - exames finais

Data: 07/07



FORMAS DE AVALIAÇÃO

Os estudantes serão avaliados da seguinte maneira:

1º Bimestre: nota de 0 a 50 (Prova bimestral 30 pontos/ trabalhos 20 pontos – 15 pontos de trabalhos agendados na semana 05 e 5 pontos de atividades extras durante as aulas)

2º Bimestre: nota de 0 a 50 (Prova bimestral 30 pontos/ trabalhos 20 pontos - 15 pontos de trabalhos agendados na semana 14 e 5 pontos de atividades extras durante as aulas)

Média final: N1B + N2B

Aprovação: Média final ≥ 70

Exame: Média final de 40 a 69 pontos

Reprovação: Média final < 40

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ROBBINS, S. P.; DECENZO, D. A. Fundamentos de administração: conceitos essenciais e aplicações. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

SOBRAL, F.; PECL, A. Administração: teoria e prática no contexto brasileiro. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2013. (livro texto adotado).

WILLIAMS, Chuck. ADM: Princípios de administração. Cengage Learning Brasil, 2017. E-book.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CHIAVENATO, I. Administração: teoria, processo e prática. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

CHIAVENATO, Idalberto. Teoria Geral da Administração - Vol. 1. Grupo GEN, 2021.

CHIAVENATO, Idalberto. Teoria Geral da Administração – Vol. 2. Grupo GEN, 2021.

DAFT, R. L. Teoria e projeto das organizações. 6. ed. Editora LTC, 1999. HALL, R. H. Organizações: estrutura e processos. São Paulo: Prentice-Hall do Brasil, 2004.

JONES, G. R.; GEORGE, J. M. Fundamentos da administração contemporânea. 4 ed. Porto Alegre: AMGH, 2012.

LACOMBE, Francisco. Teoria geral da administração. Cap. 5 a 5.3 Editora Saraiva, 2009. E-book.

LOUSSIER, R. N.; REIS, A. C. F.; FERREIRA, A. A. Fundamentos de administração. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

NASCIMENTO, L. F.; CUNHA LEMOS, A. D.; ABREU DE MELLO, M. C. Gestão Sociambiental Estratégica. Porto Alegre: Bookman, 2008.

ROBBINS, Stephen P.; DECENZO, David A.; WOLTER, Robert M. A nova administração. Editora Saraiva, 2020.

ROSSETTI, José P. Introdução à Economia, 21ª edição. Grupo GEN, 2016.

SCHEIN, Edgar H.; SCHEIN, Peter. Cultura Organizacional e Liderança. Grupo GEN, 2022.

TEIXEIRA, H. J.; SALOMÃO, S. M.; TEIXEIRA, J. C. Fundamentos da administração: a busca do essencial. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.



Plano de Ensino e Ficha 02

Comportamento Organizacional – Turma M

Disciplina: COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL						Código: SA074	
Natureza: (X) Obrigatória () Optativa		() Semestral () Anual () Modular					
Pré-requisito:		Co-requisito:		Modalidade: () Presencial () Totalmente EaD (X) 80 % EaD* (Híbrida)			
CH Total: 60 CH semanal: 4 a 8hs		Padrão (PD):	Laboratório (LB): 00	Campo (CP): 00	Estágio (ES): 00	Orientada (OR): 00	Prática Específica (PE): 00
Estágio de Formação Pedagógica (EFP):		Extensão (EXT): 00	Prática como Componente Curricular (PCC): 00				
EMENTA (Unidade Didática)							
Comunicação. Diversidade. Emoções e Humores. Personalidade e Valores. Cultura Organizacional. Atitudes, Sustentabilidade Social e Satisfação no Trabalho. Mudança Organizacional e Administração de Estresse. Grupos e Equipes. Liderança.							
PROGRAMA (itens de cada unidade didática)							
<ul style="list-style-type: none"> • Comportamento Organizacional: definições e campos de estudo. • Entendendo a Diversidade nas organizações. • Personalidade e Valores. • Emoções e Humores e seus impactos no comportamento e desempenho das pessoas no trabalho. • Comunicação. • <i>Stress, Resiliência e Síndrome de Burnout</i> sob o enfoque do Comportamento Organizacional. • Grupos e Equipes nas Organizações. • Cultura em Organizações. • Atitudes, Sustentabilidade Social e Satisfação no Trabalho. • Teorias Atuais sobre Liderança 							
OBJETIVO GERAL							
<i>Fornecer o suporte teórico-prático que permita aos alunos aprimorar a compreensão do comportamento humano em ambientes organizacionais.</i>							
OBJETIVO ESPECÍFICO							
<i>Entender o Comportamento Organizacional suas definições e campos de estudo; Compreender a importância do tema Diversidade para as organizações; Compreender o tema Comunicação; Entender a Emoção e seus impactos no comportamento e desempenho das pessoas no trabalho; Entender o que é a Cultura em Organizações; Entender os processos de Stress, Resiliência e Estratégias de Coping sob o enfoque do Comportamento Organizacional; Compreender Atitudes, Sustentabilidade Social e Satisfação no Trabalho; Compreender o tema Liderança; Compreender Grupos e Equipes nas Organizações; Analisar as Pesquisas em Comportamento Organizacional.</i>							



PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A Metodologia de Ensino será composta por momentos síncronos e assíncronos. Nos momentos assíncronos, o aluno fará uso de Tecnologias e de Recursos Educacionais no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) na plataforma UFPR Virtual (<https://ufprvirtual.ufpr.br>). As aulas síncronas acontecerão em sala de aula na UFPR (Departamento de Administração).

Procedimentos didáticos para o momento à distância:

a) Sistema de Comunicação:

O sistema de comunicação se relaciona ao modo como será realizada a comunicação entre o professor e discentes e entre estes. No campo da disciplina de Comportamento Organizacional, o canal de comunicação utilizado como Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), será na plataforma UFPR Virtual (<https://ufprvirtual.ufpr.br>).

b) Modelo de Tutoria a Distância:

A tutoria será desempenhada pelo professor tutor, de forma virtual .E, de modo presencial durante as aulas presenciais, (conforme o cronograma da disciplina). Conforme a legislação da UFPR, o professor-tutor realizou a capacitação em EaD e tem experiência comprovada para atuar em programas de EaD e de Educação Híbrida.

c) Material Didático Específico:

Os materiais didáticos serão empregados pelos discentes para a consecução do escopo da disciplina de Comportamento Organizacional. Os materiais didáticos da disciplina serão diversificados e possuirão origem de diversas fontes:

1. Guia de atividades: para cada unidade didática da disciplina serão formuladas uma ou mais tarefas específicas relacionadas a cada unidade didática. Fonte: Material elaborado pelo Professor tutor.
2. Vídeoaulas: serão formuladas com o objetivo de fornecer um cenário geral relacionado a cada unidade didática da disciplina.
3. Disponibilização de Links externos: de reportagens ou vídeos conexos com o tema de cada unidade didática.
4. Artigos acadêmicos. Fonte: Plataformas como Spell, Web of Science, Scielo; entre outras.
5. Livros da bibliografia básica: que poderão ser encontrados em plataformas virtuais de livros e/ou de semelhantes; e serão disponibilizados aos alunos pelo professor tutor, nas plataformas virtuais que serão utilizadas na disciplina.

d) Identificação do Controle de Frequência das Atividades.

No ensino em EAD a aferição de frequência é considerada pela resolução das tarefas propostas pelo docente da disciplina em cada aula. Deste modo, cada Módulo da disciplina contará com tarefas a serem realizadas pelos discentes na plataforma UFPR Virtual. E, pela aferição de presença nas aulas síncronas presenciais, conforme Cronograma da Disciplina.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A avaliação dos alunos será composta pelas seguintes atividades realizadas de modo presencial:

- Prova Bimestral I, presencial (Valor 100 pontos). A atividade contemplará os conteúdos das aulas 01 a 06.
- Prova Bimestral II, presencial (Valor 100 pontos). A atividade contemplará os conteúdos das aulas 08 a 14.

A média semestral do aluno resultará do somatório das provas bimestrais I e II. Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado. Se estiver entre 40 e 69 o aluno deverá fazer Exame Final. Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o aluno estará reprovado. A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

Obs. Artigos, capítulos de livros, e materiais relacionados aos temas da disciplina serão disponibilizados na plataforma virtual utilizada na disciplina.

1. ROBBINS, S.; JUDGE, T.A. **Comportamento organizacional**. 18º. ed. São Paulo: Pearson, 2020.



2. ROBBINS, S.; JUDGE, T.A. **Fundamentos do Comportamento Organizacional**. 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.
3. GRIFFIN, Ricky W.; MOORHEAD, Gregory. **Comportamento Organizacional: gestão de pessoas e organizações** - Tradução da 11ª edição norte-americana. São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2016.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

1. LOURENÇO, Mariane L.; ROSALIA RIBEIRO SILVA, Mara; SANTANA GALVÃO OLIVEIRA, Rafael. University social responsibility and empathy in organizations during COVID-19 pandemic in Brazil. **Social Responsibility Journal**, v. 18, n. 4, p. 806-824, 2022.
2. MCSHANE, Steven L.; GLINOW, Mary A V. **Comportamento organizacional**. Porto Alegre: Grupo A, 2014.
3. NEWSTROM, John W. **Comportamento Organizacional: O Comportamento Humano no Trabalho**. AMGH Editora, 2008.
4. SCHERMERHORN JR, John R.; HUNT, James G.; OSBORN, Richard N. **Fundamentos de comportamento organizacional**. Bookman Editora, 2009.
5. WAGNER, John. **Comportamento organizacional**. Saraiva Educação SA, 2020.

Professor da Disciplina: _____

Assinatura: _____

Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: _____

Assinatura: _____

Cronograma de Aulas

A disciplina de Comportamento Organizacional será realizada em formato híbrido com encontros síncronos e assíncronos. A plataforma utilizada será o Ambiente Virtual de Aprendizagem, no site: <https://ufprvirtual.ufpr.br> .

Sobre a FREQUENCIA:

A frequência nesta disciplina de Comportamento Organizacional, que será realizada na modalidade híbrida será aferida por meio da resolução das atividades indicadas pelo professor em cada aula assíncrona, e pela aferição de presença por chamada nas aulas síncronas. Assim, cada aula à distância contará com uma ATIVIDADE a ser desenvolvida pelos alunos, e, conseqüentemente, contará como presença na referida aula.

Será atribuída 4 (quatro) faltas ao aluno que não fizer a atividade da aula correspondente até a prazo estabelecido no calendário.

As atividades referentes as aulas 01 a 07, deverão ser realizadas na Plataforma UFPR Virtual, correspondente a disciplina de Comportamento Organizacional, até a data de 07 de maio de 2025.

As atividades referentes as aulas 09 a 14, deverão ser realizadas na Plataforma UFPR Virtual, correspondente a disciplina de Comportamento Organizacional, até a data de 25 de junho de 2025.

A realização das Provas Bimestrais, que compõem a avaliação da disciplina, também serão atribuídas 04 presenças a realização de cada uma das avaliações (I e II).



Aula 01 - Apresentação do Programa e das Abordagens Principais – Presencial

Leitura Complementar: Introdução ao Comportamento Organizacional. (cap. 01): ROBBINS, S.; JUDGE, T.A. **Fundamentos do Comportamento Organizacional**: teoria e prática no contexto brasileiro. 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

Nesta semana de ambientação na Plataforma não haverá *Web Quests* da disciplina. DATA: 13/03/2025

Aula 02 – Comportamento Organizacional/Diversidade (a distância – UFPR Virtual)

Leitura: Diversidade nas organizações. ROBBINS, S.; JUDGE, T.A.; SOBRAL, F. **Fundamentos do Comportamento Organizacional**: teoria e prática no contexto brasileiro. 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

- Vídeo-aula sobre o tema

Atividade: Web Quest.

DATA: 20/03/2025

Aula 03 – Personalidade e Valores (a distância – UFPR Virtual)

Leitura: Personalidade e valores. ROBBINS, S.; JUDGE, T.A.; SOBRAL, F. **Fundamentos do Comportamento Organizacional**: teoria e prática no contexto brasileiro. 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

- Vídeo-aula elaborado pelo professor sobre o tema da aula

Atividade: Web Quest.

DATA: 27/03/2025

Aula 04 - Comunicação (a distância – UFPR Virtual)

Leitura: Comunicação. ROBBINS, S.; JUDGE, T.A.; SOBRAL, F. **Fundamentos do Comportamento Organizacional**: teoria e prática no contexto brasileiro. 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

- Vídeo-aula elaborado pelo professor sobre o tema da aula

Atividade: Web Quest.

Data: 03/04/2025

Aula 05 - Emoções e Humores (a distância – UFPR Virtual)

Leitura: Emoções e humores. ROBBINS, S.; JUDGE, T.A.; SOBRAL, F. **Fundamentos do Comportamento Organizacional**. 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

Vídeo-aula sobre o tema

- Atividade: Web

Quest.

DATA: 10/04/2025

Aula 06- Emoções e humores: Ansiedade (a distância – UFPR Virtual)

Leitura: Lourenço, M. L. Ansiedade: o que é, principais transtornos e como superar. Work Paper, 2025.

Leitura complementar: BARBOSA, Ana Beatriz. **Mentes Ansiosas**: Medo e Ansiedade nossos de cada dia. Capítulo 03: A ansiedade dos insones. São Paulo: Principium, 2017.

Vídeo-aula sobre o tema

- Atividade: Web

Quest.

Data: 17/04/2025

Aula 07 - Emoções e Humores: Tristeza e Depressão (a distância – UFPR Virtual)/ Felicidade no Trabalho: é possível? (a distância – UFPR Virtual)

Leituras: Lima, L. Seu trabalho te deprime? Revista Você S/A. Julho, 2017. p. 01-09./ Lourenço, M. L.

Transtornos Depressivos. Work Paper, 2024. / Felicidade no trabalho - Leituras: RIBEIRO, Andresa Darosci Silva; SILVA, Narbal. Significados de Felicidade orientados pela Psicologia Positiva em Organizações e no Trabalho. **Psicología desde el Caribe**, v. 35, n. 1, p. 60-80, 2018.

Vídeo sobre o tema

Atividade: Web Quest.

DATA: 24/04/2025



FERIADO: DIA DO TRABALHADOR - 01/05/2025

**Aula 08 – Prova Bimestral I (Valor 50 pontos). A avaliação contemplará os conteúdos das aulas 01 a 07.
Presencial
DATA: 08/05/2025**

Aula 09 – Grupos na organização (a distância – UFPR Virtual)

Leitura: Fundamentos do Comportamento de Grupo. ROBBINS, S.; JUDGE, T.A.; SOBRAL, F.

Fundamentos do Comportamento Organizacional: teoria e prática no contexto brasileiro. 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

Vídeo-aula sobre o tema

- Atividade: Web

Quest.

DATA: 15/05/2025

Aula 10 – Compreendendo as Equipes de Trabalho (a distância – UFPR Virtual)

Leitura: Compreendendo as Equipes de Trabalho. ROBBINS, S.; JUDGE, T.A.; SOBRAL, F. Fundamentos do Comportamento Organizacional: teoria e prática no contexto brasileiro. 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

Vídeo-aula sobre o tema

- Atividade: Web Quest.

DATA: 22/05/2025

Aula 11 - Stress e Trabalho/ Síndrome de Burnout (a distância – UFPR Virtual)/ Teorias da Mudança organizacional sob o enfoque do Comportamento Organizacional.

Leitura: Stress e Trabalho. GRIFFIN, R.W. **Comportamento Organizacional:** gestão de pessoas e organizações. (capítulo 07). Administração do estresse e equilíbrio trabalho vida-pessoal. São Paulo: Cengage Learning, 2015.

Leitura: MARQUES, L. R.; HONÓRIO, L. C.; MARQUES, A. L. 'Burnout' no Trabalho do Médico: O Caso dos Profissionais que Atuam no Serviço de Atendimento de Urgência e Emergência na Cidade de Belo Horizonte-MG. **Revista Gestão & Tecnologia**, v. 20, n. 1, p. 190-214, 2020.

Vídeo-aula sobre o tema

- Atividade: Web Quest.

DATA: 29/05/2025

Aula 12 - Cultura Organizacional (a distância – UFPR Virtual)

Leitura: Cultura Organizacional. ROBBINS, S.; JUDGE, T.A.; SOBRAL, F. **Fundamentos do Comportamento Organizacional.** 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

Vídeo-aula sobre o tema

- Atividade: Web

Quest.

DATA: 05/06/2025

Aula 13 – Atitudes, satisfação no trabalho e Sustentabilidade Social (a distância – UFPR Virtual)

Leitura: Atitudes e satisfação no trabalho. (cap. 03): ROBBINS, S.; JUDGE, T.A.; SOBRAL, F.

Fundamentos do Comportamento Organizacional. 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

Vídeo-aula sobre o tema

- Atividade: Web

Quest.

DATA: 12/06/2025

Revisão da Prova – Aula Síncrona (online)

Aula 14 – Liderança

Leitura: Liderança. (cap. 12): ROBBINS, S.; JUDGE, T.A.; SOBRAL, F. **Fundamentos do Comportamento Organizacional.** 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

Vídeo-aula sobre o tema

- Atividade: Web

Quest.



Ministério da Educação
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO GERAL E APLICADA
COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

DATA: 19/06/2025

Aula 15 – Prova Bimestral II - Presencial (Valor 50 pontos)

A avaliação contemplará os conteúdos das aulas 08 a 14.

Data: 26/06/2025

Exame Final – Presencial

Data: 10/07/2025

07 a 12 de Julho/2025 - Período de EXAMES FINAIS



Plano de Ensino e Ficha 02

Comportamento Organizacional – Turma N

Disciplina: COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL						Código: SA074	
Natureza: (X) Obrigatória () Optativa		() Semestral () Anual () Modular					
Pré-requisito:		Co-requisito:		Modalidade: () Presencial () Totalmente EaD (X) 80 % EaD* (Híbrida)			
CH Total: 60 CH semanal: 4 a 8hs		Padrão (PD):	Laboratório (LB): 00	Campo (CP): 00	Estágio (ES): 00	Orientada (OR): 00	Prática Específica (PE): 00
Estágio de Formação Pedagógica (EFP):		Extensão (EXT): 00	Prática como Componente Curricular (PCC): 00				
EMENTA (Unidade Didática)							
Comunicação. Diversidade. Emoções e Humores. Personalidade e Valores. Cultura Organizacional. Atitudes, Sustentabilidade Social e Satisfação no Trabalho. Mudança Organizacional e Administração de Estresse. Grupos e Equipes. Liderança.							
PROGRAMA (itens de cada unidade didática)							
<ul style="list-style-type: none"> • Comportamento Organizacional: definições e campos de estudo. • Entendendo a Diversidade nas organizações. • Personalidade e Valores. • Emoções e Humores e seus impactos no comportamento e desempenho das pessoas no trabalho. • Comunicação. • <i>Stress, Resiliência e Síndrome de Burnout</i> sob o enfoque do Comportamento Organizacional. • Grupos e Equipes nas Organizações. • Cultura em Organizações. • Atitudes, Sustentabilidade Social e Satisfação no Trabalho. • Teorias Atuais sobre Liderança 							
OBJETIVO GERAL							
Fornecer o suporte teórico-prático que permita aos alunos aprimorar a compreensão do comportamento humano em ambientes organizacionais.							
OBJETIVO ESPECÍFICO							
Entender o Comportamento Organizacional suas definições e campos de estudo; Compreender a importância do tema Diversidade para as organizações; Compreender o tema Comunicação; Entender a Emoção e seus impactos no comportamento e desempenho das pessoas no trabalho; Entender o que é a Cultura em Organizações; Entender os processos de Stress, Resiliência e Estratégias de Coping sob o enfoque do Comportamento Organizacional; Compreender Atitudes, Sustentabilidade Social e Satisfação no Trabalho; Compreender o tema Liderança; Compreender Grupos e Equipes nas Organizações; Analisar as Pesquisas em Comportamento Organizacional.							



PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A Metodologia de Ensino será composta por momentos síncronos e assíncronos. Nos momentos assíncronos, o aluno fará uso de Tecnologias e de Recursos Educacionais no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) na plataforma UFPR Virtual (<https://ufprvirtual.ufpr.br>). As aulas síncronas acontecerão em sala de aula na UFPR (Departamento de Administração).

Procedimentos didáticos para o momento à distância:

a) Sistema de Comunicação:

O sistema de comunicação se relaciona ao modo como será realizada a comunicação entre o professor e discentes e entre estes. No campo da disciplina de Comportamento Organizacional, o canal de comunicação utilizado como Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), será na plataforma UFPR Virtual (<https://ufprvirtual.ufpr.br>).

b) Modelo de Tutoria a Distância:

A tutoria será desempenhada pelo professor tutor, de forma virtual .E, de modo presencial durante as aulas presenciais, (conforme o cronograma da disciplina). Conforme a legislação da UFPR, o professor-tutor realizou a capacitação em EaD e tem experiência comprovada para atuar em programas de EaD e de Educação Híbrida.

c) Material Didático Específico:

Os materiais didáticos serão empregados pelos discentes para a consecução do escopo da disciplina de Comportamento Organizacional. Os materiais didáticos da disciplina serão diversificados e possuirão origem de diversas fontes:

1. Guia de atividades: para cada unidade didática da disciplina serão formuladas uma ou mais tarefas específicas relacionadas a cada unidade didática. Fonte: Material elaborado pelo Professor tutor.
2. Vídeoaulas: serão formuladas com o objetivo de fornecer um cenário geral relacionado a cada unidade didática da disciplina.
3. Disponibilização de Links externos: de reportagens ou vídeos conexos com o tema de cada unidade didática.
4. Artigos acadêmicos. Fonte: Plataformas como Spell, Web of Science, Scielo; entre outras.
5. Livros da bibliografia básica: que poderão ser encontrados em plataformas virtuais de livros e/ou de semelhantes; e serão disponibilizados aos alunos pelo professor tutor, nas plataformas virtuais que serão utilizadas na disciplina.

d) Identificação do Controle de Frequência das Atividades.

No ensino em EAD a aferição de frequência é considerada pela resolução das tarefas propostas pelo docente da disciplina em cada aula. Deste modo, cada Módulo da disciplina contará com tarefas a serem realizadas pelos discentes na plataforma UFPR Virtual. E, pela aferição de presença nas aulas síncronas presenciais, conforme Cronograma da Disciplina.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A avaliação dos alunos será composta pelas seguintes atividades realizadas de modo presencial:

- Prova Bimestral I, presencial (Valor 100 pontos). A atividade contemplará os conteúdos das aulas 01 a 07.
- Prova Bimestral II, presencial (Valor 100 pontos). A atividade contemplará os conteúdos das aulas 09 a 14.

A média semestral do aluno resultará do somatório das provas bimestrais I e II. Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado. Se estiver entre 40 e 69 o aluno deverá fazer Exame Final. Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o aluno estará reprovado. A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

Obs. Artigos, capítulos de livros, e materiais relacionados aos temas da disciplina serão disponibilizados na plataforma virtual utilizada na disciplina.

1. ROBBINS, S.; JUDGE, T.A. **Comportamento organizacional**. 18º. ed. São Paulo: Pearson, 2020.



2. ROBBINS, S.; JUDGE, T.A. **Fundamentos do Comportamento Organizacional**. 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.
3. GRIFFIN, Ricky W.; MOORHEAD, Gregory. **Comportamento Organizacional: gestão de pessoas e organizações** - Tradução da 11ª edição norte-americana. São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2016.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

1. LOURENÇO, Mariane L.; ROSALIA RIBEIRO SILVA, Mara; SANTANA GALVÃO OLIVEIRA, Rafael. University social responsibility and empathy in organizations during COVID-19 pandemic in Brazil. **Social Responsibility Journal**, v. 18, n. 4, p. 806-824, 2022.
2. MCSHANE, Steven L.; GLINOW, Mary A V. **Comportamento organizacional**. Porto Alegre: Grupo A, 2014.
3. NEWSTROM, John W. **Comportamento Organizacional: O Comportamento Humano no Trabalho**. AMGH Editora, 2008.
4. SCHERMERHORN JR, John R.; HUNT, James G.; OSBORN, Richard N. **Fundamentos de comportamento organizacional**. Bookman Editora, 2009.
5. WAGNER, John. **Comportamento organizacional**. Saraiva Educação SA, 2020.

Professor da Disciplina: _____

Assinatura: _____

Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: _____

Assinatura: _____

Cronograma de Aulas

A disciplina de Comportamento Organizacional será realizada em formato híbrido com encontros síncronos e assíncronos. A plataforma utilizada será o Ambiente Virtual de Aprendizagem, no site: <https://ufprvirtual.ufpr.br> .

Sobre a FREQUENCIA:

A frequência nesta disciplina de Comportamento Organizacional, que será realizada na modalidade híbrida será aferida por meio da resolução das atividades indicadas pelo professor em cada aula assíncrona, e pela aferição de presença por chamada nas aulas síncronas. Assim, cada aula à distância contará com uma ATIVIDADE a ser desenvolvida pelos alunos, e, conseqüentemente, contará como presença na referida aula.

Será atribuída 4 (quatro) faltas ao aluno que não fizer a atividade da aula correspondente até a prazo estabelecido no calendário.

As atividades referentes as aulas 01 a 07, deverão ser realizadas na Plataforma UFPR Virtual, correspondente a disciplina de Comportamento Organizacional, até a data de 08 de maio de 2025.

As atividades referentes as aulas 09 a 14, deverão ser realizadas na Plataforma UFPR Virtual, correspondente a disciplina de Comportamento Organizacional, até a data de 26 de junho de 2025.

A realização das Provas Bimestrais, que compõem a avaliação da disciplina, também serão atribuídas 04 presenças a realização de cada uma das avaliações (I e II).



Aula 01 - Apresentação do Programa e das Abordagens Principais – Presencial
Leitura Complementar: Introdução ao Comportamento Organizacional. (cap. 01): ROBBINS, S.; JUDGE, T.A. **Fundamentos do Comportamento Organizacional**: teoria e prática no contexto brasileiro. 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

Nesta semana de ambientação na Plataforma não haverá *Web Quests* da disciplina. DATA: 14/03/2025

Aula 02 – Comportamento Organizacional/Diversidade (a distância – UFPR Virtual)
Leitura: Diversidade nas organizações. ROBBINS, S.; JUDGE, T.A.; SOBRAL, F. **Fundamentos do Comportamento Organizacional**: teoria e prática no contexto brasileiro. 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

- Vídeo-aula sobre o tema

Atividade: Web Quest.

DATA: 21/03/2025

Aula 03 – Personalidade e Valores (a distância – UFPR Virtual)

Leitura: Personalidade e valores. ROBBINS, S.; JUDGE, T.A.; SOBRAL, F. **Fundamentos do Comportamento Organizacional**: teoria e prática no contexto brasileiro. 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

- Vídeo-aula elaborado pelo professor sobre o tema da aula

Atividade: Web Quest.

DATA: 28/03/2025

Aula 04 - Comunicação (a distância – UFPR Virtual)

Leitura: Comunicação. ROBBINS, S.; JUDGE, T.A.; SOBRAL, F. **Fundamentos do Comportamento Organizacional**: teoria e prática no contexto brasileiro. 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

- Vídeo-aula elaborado pelo professor sobre o tema da aula

Atividade: Web Quest.

Data: 04/04/2025

Aula 05 - Emoções e Humores (a distância – UFPR Virtual)

Leitura: Emoções e humores. ROBBINS, S.; JUDGE, T.A.; SOBRAL, F. **Fundamentos do Comportamento Organizacional**. 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

Vídeo-aula sobre o tema

- Atividade: Web

Quest.

DATA: 11/04/2025

18/04 – Feriado –

Paixão de Cristo

Aula 06- Emoções e humores: Ansiedade (a distância – UFPR Virtual)

Leitura: Lourenço, M. L. Ansiedade: o que é, principais transtornos e como superar. Work Paper, 2025.

Leitura complementar: BARBOSA, Ana Beatriz. **Mentes Ansiosas**: Medo e Ansiedade nossos de cada dia. Capítulo 03: A ansiedade dos insones. São Paulo: Principium, 2017.

Vídeo-aula sobre o tema

- Atividade: Web

Quest.

Data: 25/04/2025

Aula 07 - Emoções e Humores: Tristeza e Depressão (a distância – UFPR Virtual)/ Felicidade no Trabalho: é possível? (a distância – UFPR Virtual)

Leituras: Lima, L. Seu trabalho te deprime? Revista Você S/A. Julho, 2017. p. 01-09./ Lourenço, M. L.

Transtornos Depressivos. Work Paper, 2024. / Felicidade no trabalho - Leituras: RIBEIRO, Andresa Darosci Silva; SILVA, Narbal. Significados de Felicidade orientados pela Psicologia Positiva em Organizações e no Trabalho. **Psicología desde el Caribe**, v. 35, n. 1, p. 60-80, 2018.

Vídeo sobre o tema

Atividade: Web Quest.



DATA: 02/05/2025

**Aula 08 – Prova Bimestral I (Valor 50 pontos). A avaliação contemplará os conteúdos das aulas 01 a 07.
Presencial
DATA: 09/05/2025**

Aula 09 – Grupos na organização (a distância – UFPR Virtual)

Leitura: Fundamentos do Comportamento de Grupo. ROBBINS, S.; JUDGE, T.A.; SOBRAL, F.

Fundamentos do Comportamento Organizacional: teoria e prática no contexto brasileiro. 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

Vídeo-aula sobre o tema

- Atividade: Web

Quest.

DATA: 16/05/2025

Aula 10 – Compreendendo as Equipes de Trabalho (a distância – UFPR Virtual)

Leitura: Compreendendo as Equipes de Trabalho. ROBBINS, S.; JUDGE, T.A.; SOBRAL, F. Fundamentos do Comportamento Organizacional: teoria e prática no contexto brasileiro. 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

Vídeo-aula sobre o tema

- Atividade: Web Quest.

DATA: 23/05/2025

Aula 11 - Stress e Trabalho/ Síndrome de Burnout (a distância – UFPR Virtual)/ Teorias da Mudança organizacional sob o enfoque do Comportamento Organizacional.

Leitura: Stress e Trabalho. GRIFFIN, R.W. **Comportamento Organizacional:** gestão de pessoas e organizações. (capítulo 07). Administração do estresse e equilíbrio trabalho vida-pessoal. São Paulo: Cengage Learning, 2015.

Leitura: MARQUES, L. R.; HONÓRIO, L. C.; MARQUES, A. L. 'Burnout' no Trabalho do Médico: O Caso dos Profissionais que Atuam no Serviço de Atendimento de Urgência e Emergência na Cidade de Belo Horizonte-MG. **Revista Gestão & Tecnologia**, v. 20, n. 1, p. 190-214, 2020.

Vídeo-aula sobre o tema

- Atividade: Web Quest.

DATA: 30/05/2025

Aula 12 - Cultura Organizacional (a distância – UFPR Virtual)

Leitura: Cultura Organizacional. ROBBINS, S.; JUDGE, T.A.; SOBRAL, F. **Fundamentos do Comportamento Organizacional.** 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

Vídeo-aula sobre o tema

- Atividade: Web

Quest.

DATA: 06/06/2025

Aula 13 – Atitudes, satisfação no trabalho e Sustentabilidade Social (a distância – UFPR Virtual)

Leitura: Atitudes e satisfação no trabalho. (cap. 03): ROBBINS, S.; JUDGE, T.A.; SOBRAL, F.

Fundamentos do Comportamento Organizacional. 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

Vídeo-aula sobre o tema

- Atividade: Web

Quest.

DATA: 13/06/2025

Aula 14 – Liderança

Leitura: Liderança. (cap. 12): ROBBINS, S.; JUDGE, T.A.; SOBRAL, F. **Fundamentos do Comportamento Organizacional.** 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

Vídeo-aula sobre o tema

- Atividade: Web

Quest.

Revisão da Prova – Aula Síncrona (online)



Ministério da Educação
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO GERAL E APLICADA
COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

DATA: 20/06/2025

Aula 15 – Prova Bimestral II - Presencial (Valor 50 pontos)

A avaliação contemplará os conteúdos das aulas 09 a 14.

Data: 27/06/2025

Exame Final – Presencial

Data: 11/07/2025

07 a 12 de Julho/2025 - Período de EXAMES FINAIS



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE SOCIAIS APLICADAS

Coordenação do Curso de ou Departamento de
Administração

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Princípios de Marketing						Código: SAOB26	
Natureza:		<input checked="" type="checkbox"/> Obrigatória <input type="checkbox"/> Optativa					
		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral Modular		<input type="checkbox"/> Anual		<input type="checkbox"/>	
Pré-requisito:		Co-requisito:		Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Totalmente Presencial <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Totalmente EAD <input type="checkbox"/> Parcialmente EAD: _____ *CH			
CH Total: 60							
CH Semanal: 4							
Prática como Componente Curricular (PCC):	Padrão (PD):	Laboratório (LB):	Campo (CP):	Estágio (ES):	Orientada (OR): 15	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):
Atividade Curricular de Extensão (ACE):							

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Origens do marketing e evolução do conceito. O macroambiente do marketing e impactos na sociedade. O microambiente do marketing e a função gerencial do marketing. Mercados consumidores e organizacionais. Segmentação de mercado. Posicionamento competitivo. Introdução ao composto de marketing. Carreira e tendências de marketing.

PROGRAMA

Aula	Data	Tema	Leitura prévia	Caso de ensino	Atividade orientada
1	13/03	Origem e evolução do marketing	Cap.1 – Kotler, P.; Armstrong, G. (2018). Princípios de Marketing. 15 ed. São Paulo: Pearson.	Do Bem	Leitura do texto e atividade proposta na UFPR Virtual (CH 1h)
2	20/03	Ambiente de marketing	Cap.3 – Kotler, P.; Armstrong, G. (2018). Princípios de Marketing. 15 ed. São Paulo: Pearson.	Converse	Leitura do texto e atividade proposta na UFPR Virtual (CH 1h)
3	27/03	Análise dos mercados consumidores	Cap.5 – Kotler, P.; Armstrong, G. (2018). Princípios de Marketing. 15 ed. São Paulo: Pearson.	Futuro Burger	Leitura do texto e atividade proposta na UFPR Virtual (CH 1h)
4	03/04	Segmentação de mercado	Cap.9 – Kotler, P.; Keller, K. L. (2018). Administração de Marketing. 15 ed. São Paulo: Pearson.	Smart Fit	Leitura do texto e atividade proposta na UFPR Virtual (CH 1h)
5	10/04	Posicionamento competitivo	Cap.10 – Kotler, P.; Keller, K. L. (2018). Administração de Marketing. 15 ed. São Paulo: Pearson.	Natura	Leitura do texto e atividade proposta na UFPR Virtual (CH 1h)
6	17/04	Branding	Cap.8 e 9 – Kotler, P.; Armstrong, G. (2018). Princípios de Marketing. 15 ed. São Paulo: Pearson.	Activia	Leitura do texto e atividade proposta na UFPR Virtual (CH 1h)
7	24/04	Prova 1			Leitura do texto e atividade proposta na UFPR Virtual (CH 1h)
8	08/05	Introdução ao composto de marketing: produto	Cap.8 e 9 – Kotler, P.; Armstrong, G. (2018). Princípios de Marketing. 15 ed. São Paulo: Pearson.	Activia	Leitura do texto e atividade proposta na UFPR Virtual (CH 1h)
9	15/05	Introdução ao composto de marketing: preço	Cap.16 – Kotler, P.; Keller, K. L. (2018). Administração de Marketing. 15 ed. São Paulo: Pearson.	Ryanair	Leitura do texto e atividade proposta na UFPR Virtual (CH 1h)
10	22/05	Introdução ao composto de marketing: distribuição	Cap.13 – Kotler, P.; Armstrong, G. (2018). Princípios de Marketing. 15 ed. São Paulo: Pearson.	Subway	Leitura do texto e atividade proposta na UFPR Virtual (CH 1h)
11	29/05	Introdução ao composto de marketing: comunicação	Cap.14 – Kotler, P.; Armstrong, G. (2018). Princípios de Marketing. 15 ed. São Paulo: Pearson.	Dove	Leitura do texto e atividade proposta na UFPR Virtual (CH 1h)
12	05/06	Introdução ao composto de marketing: comunicação	Cap.14 – Kotler, P.; Armstrong, G. (2018). Princípios de Marketing. 15 ed. São Paulo: Pearson.	Dove	Leitura do texto e atividade proposta na UFPR Virtual (CH 1h)
13	12/06	Introdução ao composto de marketing: comunicação	Cap.14 – Kotler, P.; Armstrong, G. (2018). Princípios de Marketing. 15 ed. São Paulo: Pearson.	Dove	Leitura do texto e atividade proposta na UFPR Virtual (CH 1h)
14	19/06	Entrega do portfólio de atividades e do trabalho final	Feriado Atividades assíncronas		Leitura do texto e atividade proposta na UFPR Virtual (CH 1h)
15	26/06	Prova 2			Leitura do texto e atividade proposta na UFPR Virtual (CH 1h)
	10/07	Exame final			

OBJETIVO GERAL

Oferecer ao estudante uma introdução ampla e inovadora sobre a prática do Marketing.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina terá como princípio pedagógico a aprendizagem ativa, utilizando-se dos métodos de sala de aula invertida e portfólio de atividades. Nestas, os alunos serão responsáveis por realizar as leituras dos textos e atividades propostas pelo professor e, posteriormente, em sala de aula, os alunos realizarão atividades programadas em grupo, as quais serão discussão de casos de ensino, debates temáticos, exercícios de fixação de conteúdo, jogos de aprendizagem e práticas profissionais. A carga orientada semanal será composta por atividades extra classe propostas e orientadas pelo professor, conforme mencionado anteriormente. Os materiais didáticos serão diversificados e terão origem em distintas fontes, a saber: capítulos de livros, artigos científicos, reportagens, vídeos-aulas e casos de ensino. Todos os materiais estarão disponíveis na UFPR Virtual. A comunicação extra-classe entre alunos e professor ocorrerá via UFPR Virtual.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A **avaliação da disciplina** será composta da seguinte forma:

Nota 1: Trabalho final em grupo: entrevista com gestor (peso 2,0)

Nota 2: Portfólio de atividades em grupo (peso 2,0)

Nota 3: Prova 1 individual (peso 3,0)

Nota 4: Prova 2 individual (peso 3,0)

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

KOTLER, P.; KELLER, K. L. Administração de marketing. 15ª ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2019.
PRIDE, W. M.; FERRELL, O. C. Fundamentos de marketing. São Paulo: Cengage Learning, 2016.
URDAN, F.T.; URDAN, A.T. Gestão do composto de marketing. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2013.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

BAKER, M. B. (org.) Administração de marketing. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
BOONE, L. E.; KURTZ, D. L. Marketing contemporâneo. (tradução Roberta Schneider). São Paulo: Cengage Learning, 2009.
COBRA, M.; URDAN, A.T. Marketing básico. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2017.
CHURCHILL Jr., G.A., PETER, P. Marketing: criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2003.
FERREL, O. C.; HARTLINE, M. D. Estratégia de marketing: teoria e casos. São Paulo: Cengage, 2017
GREWAL, D.; LEVY, M. Marketing. Tradução: Beth Honorato. 4ª ed. Porto Alegre: AMGH, 2016.
KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. Marketing 4.0. Tradução: Ivo Koytowski. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.
RICHERS, R. Marketing: uma visão brasileira. São Paulo: Elsevier, 2000.



Documento assinado eletronicamente por **ELDER SEMPREBON, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 13/02/2025, às 09:33, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7495392** e o código CRC **0F99B740**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
 UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
 SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Coordenação do Curso de ou Departamento de
 Administração

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Análise das Organizações				Código: SA0B02			
Natureza: <input checked="" type="checkbox"/> Obrigatória <input type="checkbox"/> Optativa		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral Modular		<input type="checkbox"/> Anual		<input type="checkbox"/>	
Pré-requisito: nenhum		Co-requisito: nenhum		Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Totalmente Presencial <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Totalmente EAD <input type="checkbox"/> Parcialmente EAD: _____ *CH			
CH Total: 60Hs CH Semanal: 4h Prática como Componente Curricular (PCC): Atividade Curricular de Extensão (ACE):	Padrão (PD): 45h total/3h semanal	Laboratório (LB): 00	Campo (CP): 00	Estágio (ES): 00	Orientada (OR): 15h total/1h semanal	Prática Específica (PE): 00	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):00

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Origens do estudo das organizações. Componentes analítico-operacionais das organizações.
Aspectos contemporâneos das organizações. Perspectivas teóricas em organizações.

1. ORIGENS DO ESTUDO DAS ORGANIZAÇÕES

- 1.1 Organizações modernas: quando surgem e como se caracterizam?
 - Abordagem weberiana: Ética Protestante e Espírito do Capitalismo
 - Racionalidade instrumental e cálculo utilitário nas organizações modernas
- 1.2 Organização formal
 - Conceito de burocracia e suas características fundamentais
 - Modelo de Peter Blau e seu impacto na teoria organizacional
- 1.3 Autoridade
 - Concepções de autoridade em Weber e Barnard
 - Sistemas de autoridade no modelo de Etzioni
- 1.4 O reconhecimento do ambiente e a organização como sistema aberto
 - Perspectivas de Scott sobre sistemas organizacionais
 - Determinismo versus voluntarismo na Teoria das Organizações

2. COMPONENTES ANALÍTICO-OPERACIONAIS DAS ORGANIZAÇÕES

- 2.1 A estruturação da organização: principais elementos
 - Diferenciação e integração organizacional
 - Centralização e descentralização
 - Organizações mecânicas e orgânicas
- 2.2 A estruturação da organização: autoridade e controle
 - Hierarquia, especialização e tamanho organizacional
 - Elementos operacionais de controle e coordenação
- 2.3 A estruturação da organização
 - Modelos estruturais de Jones e Mintzberg
 - Configurações organizacionais e mecanismos de coordenação
- 2.4 Estratégia e estrutura
 - Relação entre estratégia e estrutura em Chandler
 - Impacto dessa relação no desenvolvimento das teorias de estratégia

3. ASPECTOS CONTEMPORÂNEOS DAS ORGANIZAÇÕES

- 3.1 Novas formas organizacionais e o olhar da Teoria das Organizações
 - Modelos emergentes e transformações tecnológicas
 - Crítica às estruturas organizacionais contemporâneas
- 3.2 As organizações vistas como cérebros
 - Tomada de decisão, tecnologia e conhecimento
 - Impacto da aprendizagem organizacional
- 3.3 Organizações e mudança
 - Adaptação organizacional e desafios do ambiente de negócios
 - Teorias sobre mudança organizacional
- 3.4 Organizações e sociedade
 - Papel das organizações no contexto social
 - Reflexões a partir do institucionalismo e metáforas organizacionais

OBJETIVO GERAL

Compreender as organizações a partir de uma perspectiva teórica e analítica, explorando suas origens, estruturação, funcionamento e desafios contemporâneos, com o intuito de fornecer aos alunos uma visão ampla e crítica sobre a dinâmica organizacional.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Compreender a origem e a evolução das organizações, suas características e os princípios fundamentais da organização formal.
- Analisar os fundamentos da autoridade, os modelos burocráticos e a influência do ambiente na dinâmica organizacional.
- Explorar os componentes estruturais das organizações, incluindo diferenciação, integração, centralização e descentralização.
- Avaliar a relação entre estratégia e estrutura organizacional, bem como os desafios impostos pelas novas formas organizacionais e inovações tecnológicas.
- Refletir sobre a tomada de decisão, a mudança organizacional e a relação entre organizações e sociedade no contexto contemporâneo.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina será desenvolvida por meio de estratégias ativas de ensino-aprendizagem, combinando teoria e prática para aprofundar a compreensão dos conceitos fundamentais. As atividades incluirão:

- Aulas expositivas e dialogadas, com apoio de apresentações e estudo de casos.
- Leituras dirigidas, baseadas na bibliografia recomendada, para aprofundamento dos conteúdos.
- Estudos de caso e análise crítica, incentivando os alunos a aplicar conceitos teóricos a situações reais.
- Debates e discussões em grupo, promovendo reflexões sobre desafios contemporâneos da administração.
- Uso de recursos audiovisuais, como vídeos online, para complementar o aprendizado.
- Avaliação contínua, com participação ativa dos alunos por meio de exercícios, trabalhos individuais e em grupo.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

As avaliações serão compostas por duas provas, cujas datas estão previamente estabelecidas no cronograma. Além disso, as atividades em sala de aula e os trabalhos entregues ao longo do semestre contribuirão para a composição da nota final da disciplina, conforme delimitado:

PRIMEIRO BIMESTRE

1. Prova 1 - 70%
2. Atividades em Sala 20%
3. Trabalhos – 10%

SEGUNDO BIMESTRE

1. Prova 1 - 70%
2. Atividades em Sala 20%
3. Trabalhos – 10%

ATENÇÃO!

Ao longo do semestre, poderão ser realizadas atividades avaliativas não programadas, relacionadas aos conteúdos da disciplina. Essas atividades poderão contribuir para a nota das dinâmicas em sala ou ser consideradas como pontos adicionais nas avaliações gerais, conforme definido pelo professor.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

- CLEGG, S.; KORNBERGER, M.; PITSIS, T. Administração e Organizações. São Paulo: Grupo A, 2014.
- DAFT, R. L. Organizações: teoria e projetos. Tradução da 11ª edição norte-americana. São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2014.
- EZTIONI, A. Organizações Complexas. São Paulo: Atlas, 1967. JONES, G. R. Teoria das Organizações. 6ª ed. São Paulo: Pearson, 2010.
- MINTZBERG, H. Criando organizações eficazes. 2ª ed. São Paulo: Editora Atlas, 2003.
- MORGAN, G. Imagens da Organização. São Paulo: Editora Atlas, 2010.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

- BARNARD, C. I. As Funções do Executivo. Lisboa: Edições Sílabo, 2019.
- BLAU, P.; SCOTT, W. R. Organizações formais. São Paulo: Atlas, 1970.
- CALDAS, M.; FACHIN, R.; FISCHER, T. Handbook de estudos organizacionais (volumes 1, 2, 3). São Paulo: Atlas, 1999.
- CHANDLER, A. Strategy and Structure: chapters in the History of the American Industrial Enterprise. Cambridge: The MIT Press, 1962.
- CRUBELLATE, J. Ambiente organizacional. São Paulo: Cengage, 2008.
- HALL, R. Organizações: estrutura, processos e resultados. São Paulo: Prentice Hall, 2004.
- KALBERG, S. Max Weber: Uma introdução. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.
- PRESTES-MOTTA, F. C.; BRESSER-PEREIRA, L. C. Introdução à organização burocrática. São Paulo: Brasiliense, 1981.
- SCOTT, W. R.; DAVIS, G. F. Organizations and Organizing: Rational, Natural and Open Systems Perspectives. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 2007.
- SELZNICK, P. A liderança na administração. Rio de Janeiro: FGV, 1971.
- SIMON, H.; MARCH, J. Teoria das organizações. Rio de Janeiro: FGV, 1967.
- WEBER, M. A ética protestante e o espírito do capitalismo. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.
- WEBER, M. A gênese do capitalismo moderno. São Paulo: Ática, 2006.



Documento assinado eletronicamente por **MARCOS VINICIUS PEREIRA CORREA**,
PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR, em 25/02/2025, às 11:33, conforme art. 1º, III,
"b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7498103** e o código CRC **C90B822B**.



Ministério da Educação
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Coordenação do Curso de Administração Geral e Aplicada
Departamento de Administração Geral e Aplicada

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Introdução a Data Science					Código: SAOB17	
Natureza: (X) Obrigatória () Optativa		(X) Semestral () Anual () Modular				
Pré-requisito:		Co-requisito:		Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD () % EaD*		
CH Total: 60 CH semanal: 4h		Padrão (PD): 45h	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0 15h	Orientada (OR): Prática Específica (PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Estruturas, variáveis e tipos de dados; Leitura e entrada de dados. Lógica e algoritmos básicos. Funções (Métodos). Saídas (relatórios, gráficos, arquivos e saídas estruturadas).						
PROGRAMA (itens de cada unidade didática) *						
Variáveis e tipos de dados; Estrutura condicional e estruturas de repetição; Funções; Leitura de arquivos e confecção de relatórios.						
Cronograma em anexo.						
OBJETIVO GERAL						
O aluno deverá ser capaz de desenvolver scripts básicos em Python para extrair informações de dados qualitativos e quantitativos que auxiliem no processo de tomada de decisão organizacional.						
OBJETIVOS ESPECÍFICOS						
Os objetivos específicos da disciplina são:						

- Entender conceitos principais de Data Science e suas aplicações em organizações
- Desenvolver algoritmos computacionais para a representação de dados organizacionais
- Utilizar ferramentas computacionais para tomar decisões a partir de dados

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina será desenvolvida com aulas presenciais expositivas sobre os temas descritos no cronograma.

A avaliação da disciplina será composta por 02 (duas) provas e atividades orientadas (OR) desenvolvidas a cada encontro. Estes projetos fazem parte da avaliação na disciplina e são parte da frequência. Os projetos correspondem a 15h (ou 25%) da carga horária total da disciplina. Dessa forma, o controle de frequência será realizado durante as aulas presenciais expositivas e através das entregas atividades orientadas entregues em sala de aula.

a) sistema de comunicação: a disciplina será presencial. A ferramenta Microsoft Teams será utilizada para a disponibilização de materiais relativos à disciplina, tais como a Ficha 2 e os enunciados dos projetos, dentre outros.

b) material didático específico: consultar as referências disponibilizadas na área de bibliografia.

c) infraestrutura de suporte tecnológico, científico e instrumental à disciplina: As ferramentas computacionais a seguir serão utilizadas na disciplina: Python, Excel, Microsoft Teams.

d) sobre o controle de frequência: O controle de frequência será realizado durante as aulas presenciais expositivas e através da entrega dos projetos individuais. Os projetos são responsáveis por 25% da frequência do aluno e a presença nas aulas será responsável por 75% da frequência dos alunos.

e) Segunda Chamada: para os alunos que solicitarem a mesma junto ao departamento e ocorrer o deferimento do pedido. Após o deferimento do pedido, a data será agendada pelo professor e comunicada aos alunos.

f) Exame Final: o Exame Final ocorrerá no dia **08/07/2025**.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

As avaliações da disciplina serão compostas por 02 (duas) provas escritas e por 04 (quatro) projetos.

Provas (P1 e P2) – 60% da nota final

Atividades orientadas – 40% da nota final

A nota final é dada por

$$M = 0,30 \cdot P1 + 0,30 \cdot P2 + 0,40 \cdot MOR,$$

onde MOR é a média das notas obtidas nas atividades orientadas.

As atividades orientadas receberão uma nota de 0 a 100 e contarão também como frequência. A soma das frequências de todos os projetos será igual a 25% da carga horária total da disciplina.

Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado. Se estiver entre 40 e 69, o aluno deverá fazer o Exame Final. Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o aluno estará reprovado. A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina que é de 60h.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ALVES, W. P. Programação Python: aprenda de forma rápida. Editora Saraiva, 2021.

PENG, R. D. R. Programming for Data Science. Disponível em: <https://bookdown.org/rdpeng/rprogdatascience/>

RIBEIRO, J. A. Introdução à Programação e aos Algoritmos. Grupo GEN, 2019.

SEBESTA, R. W. Conceitos de Linguagens de Programação. 11ª ed. Grupo A, 2018.

MUELLER, P.; MASSARON, L., Python para Data Science para Leigos, Alta Books Editora, 2021.

MENEZES, N.N.C., Introdução à Programação com Python – 4ª Edição: Algoritmos e lógica de programação para iniciantes, Novatec Editora, 2024.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AGUILAR, L. J. Fundamentos de programação: algoritmos, estruturas de dados e objetos. 3ª ed. Porto Alegre: McGraw-Hill, 2008.

AHO, A. V. Foundations of computer science. New York: Computer Science Press, 1998.

CORMEN, T. H. Desmistificando algoritmos. Rio de Janeiro: Campus, 2013.

FORBELLONE, A. L. V.; EBERSPACHER, H. F. Lógica de programação: a construção de algoritmos e estruturas de dados. 3ª ed. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

SHARDA, R., Delen, D., Turban, E., Business Intelligence e Análise de Dados para gestão do negócio, Editora Bookman, 2019.

Ramesh Sharda; Dursun Delen; Efraim Turban, Business Intelligence e Análise de Dados para Gestão do Negócio, 4 edição, Editora Bookman, 2019.

Professores da Disciplina: Gustavo Valentim Loch

Assinatura: _____

Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: _____

Assinatura: _____

CRONOGRAMA GERAL DE EXECUÇÃO

SEMANA	AULA	TEMA	DATA	MATERIAIS DIDÁTICOS	LEITURAS OBRIGATÓRIAS E LOCAL DE PUBLICAÇÃO OU ACESSO
01	AULA 1	Plano de Ensino da Disciplina. Conceitos básicos em Data Science.	11/03/2025	UNIDADE 1: Aula Expositiva Presencial, Videoaulas e indicação de livro	Plano de ensino da disciplina disponível no TEAMS
02	AULA 2	Preparação do ambiente de trabalho (Google Colab). Tipos de Dados e Variáveis e operadores. Formatação de saída de dados.	18/03/2025	UNIDADE 2: Aula Expositiva Presencial, Videoaulas e indicação de livro	
03	AULA 3	Estruturas condicionais (if, else)	25/03/2025	UNIDADE 3: Aula Expositiva Presencial, Videoaulas e indicação de livro	
04	AULA 4	Estruturas condicionais – parte 2	01/04/2025	UNIDADE 4: Aula Expositiva Presencial,	

					Videoaulas e indicação de livro	
05	AULA 5	Estruturas de Repetição (for, while)		08/04/2025	UNIDADE 5: Aula Expositiva Presencial, Videoaulas e indicação de livro	
06	AULA 6	Estruturas de Repetição (for, while) – parte 2		15/04/2025	UNIDADE 6: Aula Expositiva Presencial, Videoaulas e indicação de livro	
07	AULA 7	Explorar funções da biblioteca numPy		22/04/2025	UNIDADE 7: Aula Expositiva Presencial, Videoaulas e indicação de livro	
08	AULA 8	PROVA 1		29/04/2025		
Extra	Listas extras não avaliativas de fixação e recuperação de conteúdo			06/05/2024	Durante o período os alunos poderão se comunicar com o prof. Via Teams e o prof. Leonardo também poderá auxiliar.	
				13/05/2024		
09	AULA 9	Análise de Dados com Pandas: leitura e escrita de dados		20/05/2025	UNIDADE 8: Aula Expositiva Presencial, Videoaulas e indicação de livro	
10	AULA 10	Análise de Dados com Pandas: análise exploratória de dados		27/05/2025	UNIDADE 9: Aula Expositiva Presencial, Videoaulas e indicação de livro	
11	AULA 11	Visualização de Dados com matplotlib		03/06/2025	UNIDADE 10: Aula Expositiva Presencial, Videoaulas e indicação de livro	

12	AULA 12	Visualização de Dados com matplotlib – parte 2		10/06/2025	UNIDADE 11: Aula Expositiva Presencial, Videoaulas e indicação de livro	
13	AULA 13	Gestão de projetos com Python: gráficos de Gantt		17/06/2025	UNIDADE 12: Aula Expositiva Presencial, Videoaulas e indicação de livro	
14	AULA 14	Conceitos de aprendizado supervisionado, não supervisionado e LLM		24/06/2025	UNIDADE 13: Aula Expositiva Presencial, Videoaulas e indicação de livro	
15	AULA 15	PROVA 2		01/07/2025		
16		EXAME FINAL		08/07/2025		



Ficha 2 (variável)

Disciplina: Armazenagem estratégica					Código: SAOP02ead	
Natureza: () Obrigatória (X) Optativa		(X) Semestral () Anual () Modular				
Pré-requisito:		Co-requisito:	Modalidade: (X) 20% Presencial () Totalmente EaD (X) 80% EaD*			
CH Total: 60 CH semanal: 4h	Padrão (PD): 45h	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 15h	Prática Específica (PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)						
Armazenagem Estratégica: novos conceitos. Formas de Armazenagem. Os Custos de Armazenagem na Logística Moderna. Estratégias de Picking na Armazenagem. Desenvolvimento de Sistemas de Gerenciamento de Armazéns. Operações em um Armazém. Configurações Físicas e Layout de armazéns. Manuseio de Materiais e Equipamentos nos Armazéns. Necessidades Especiais de Armazenagem. Armazenagem 4.0.						
PROGRAMA (itens de cada unidade didática) *						
Cronograma em anexo.						
OBJETIVO GERAL						
O aluno deverá ser capaz de interpretar situações-problema e gerenciá-las. Resolver os problemas operacionais com desenvolvimento de tecnologias, modelos matemáticos e simulação de eventos discretos. Discutir as soluções obtidas e sua relevância no contexto prático.						
OBJETIVOS ESPECÍFICOS						
No final deste curso, o aluno o aluno será capaz de:						
<ul style="list-style-type: none">• Conhecer todos os processos macros relacionados a armazéns;• Estruturar, propor e controlar processos e operações dentro de um armazém e ao redor dos locais de armazenagem;						

- Familiarizar-se com as ferramentas de gestão de operações, controle de atividades e conceitos de indústria 4.0 aplicadas a gestão de armazéns;
- Interpretar indicadores de decisão e partir destes criar, gerenciar e realizar planos de operações de forma a aumentar a qualidade gerencial dos armazéns.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina será desenvolvida com aulas presenciais e EaD expositivas sobre os temas descritos no cronograma.

A avaliação da disciplina será composta por 02 (duas) provas e atividades orientadas (OR) desenvolvidas a cada aula. Estes projetos fazem parte da avaliação na disciplina e são parte da frequência. Os projetos correspondem a 48h (ou 80%) da carga horária total da disciplina. Dessa forma, o controle de frequência será realizado durante as aulas presenciais expositivas e através das entregas atividades orientadas entregues em sala de aula.

a) sistema de comunicação: No âmbito desta disciplina o canal de comunicação será o MICROSOFT TEAMS e as AULAS PRESENCIAIS. Por meio destes sistemas de comunicação cada estudante receberá retorno sobre o seu desempenho, bem como orientações e trocas de informações relativas aos conteúdos abordados e atividades a serem desenvolvidas na disciplina.

b) modelo de tutoria a distância e presencial: A tutoria será realizada pelo professor, de forma virtual síncrona (de acordo com o cronograma da disciplina, serão disponibilizados horários para atendimento síncrono online dos alunos no TEAMS de 4h distribuídas no decorrer da disciplina).

c) material didático específico: Os materiais didáticos serão utilizados pelo aluno para a consecução dos objetivos da disciplina. Tais materiais serão diversificados e terão origem de distintas fontes, a saber:

1. Guia da disciplina: material didático elaborado pelo professor conforme modelo da CIPEAD
2. Videoaulas: serão produzidas pelo professor a fim de proporcionar um panorama geral acerca de cada tema estudado.
3. Disponibilização de Links externos: de vídeos ou de reportagens relacionadas com o tema de cada aula.
4. Artigos acadêmicos.
5. Livros da bibliografia básica.

d) infra-estrutura de suporte tecnológico, científico e instrumental à disciplina: o DAGA/UFPR possui laboratório de informática e internet sem fio para os estudantes que eventualmente não tenham acesso de outra forma; a PRAE/UFPR tem um programa de empréstimo de computadores e acesso à internet para estudantes de baixa renda; por meio da internet o aluno poderá acessar os conteúdos, a plataforma TEAMS e os materiais de apoio.

e) previsão de período de ambientação dos recursos tecnológicos a serem utilizados pelos discentes: A primeira semana da disciplina será dedicada ao primeiro encontro presencial para apresentação da disciplina e também para ambientação com os recursos tecnológicos a serem utilizados.

f) identificação do controle de frequência das atividades: Na modalidade EAD o controle de frequência é aferido pela resolução das atividades indicadas pelo professor. Assim, a disciplina contará com atividades específicas a serem desenvolvidas pelos alunos, e conseqüentemente, cada atividade terá uma carga horária de frequência. Vale ressaltar que apenas o ACESSO a plataforma não será contabilizado como frequência. Também haverá controle de frequência nos momentos presenciais.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

As avaliações da disciplina serão compostas por 02 (duas) provas escritas e por atividades orientadas semanais.

Provas (P1 e P2) – 60% da nota final

Atividades orientadas – 40% da nota final

A nota final é dada por

$$M = 0,30 \cdot P1 + 0,30 \cdot P2 + 0,40 \cdot MOR,$$

onde MOR é a media das notas obtidas nas atividades orientadas.

As atividades orientadas receberão uma nota de 0 a 100 e contarão também como frequência. A soma das frequências de todos os projetos será igual a 25% da carga horária total da disciplina.

Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado. Se estiver entre 40 e 69, o aluno deverá fazer o Exame Final. Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o aluno estará reprovado. A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina que é de 60h.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BALLOU, R. H. Logística empresarial: transporte, administração de materiais e distribuição física. 5ª ed. Porto Alegre: Bookman. 2006.

NOVAES, A. G. Logística e Gerenciamento da Cadeia de Distribuição: Estratégia, Operação e Avaliação. Editora Campus/Elsevier, Rio de Janeiro, 10ª reimpressão, 2007.

VIEIRA, D. R., ROUX, M. Projeto de Centros de Distribuição: Fundamentos, metodologia e prática para a moderna cadeia de suprimentos. Editora Campus/Elsevier, Rio de Janeiro, 2011.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BELFIORE, P.; FÁVERO, L. P. Pesquisa Operacional para cursos de Engenharia, Editora Elsevier, 2012.

COLIN, E. Pesquisa Operacional: 170 aplicações em estratégia, finanças, logística, produção, marketing e vendas. 2ª ed. Editora Atlas, 2019.

ARENALES, M.; ARMENTANO, V.; MORABITO, R.; YANASSE, H. Pesquisa operacional. 2ª ed. Editora Campus, 2015.

LACHTERMACHER, G. Pesquisa Operacional Na Tomada De Decisões: modelagem em Excel. 5ª ed. LTC Editora, 2016.

TAHA, H. Pesquisa Operacional. 8ª ed. Editora Pearson Prentice Hall, 2008.

GOLDBARG, M. C.; LUNA, H.P.L. Otimização Combinatória e Programação Linear: Modelos e Algoritmos. 2ª ed. Editora Campus, 2005

Professores da Disciplina: Gustavo Valentim Loch

Assinatura: _____

Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: _____

Assinatura: _____

CRONOGRAMA GERAL DE EXECUÇÃO

SEMANA	AULA	TEMA	DATA	MATERIAIS DIDÁTICOS	LEITURAS OBRIGATÓRIAS E LOCAL DE PUBLICAÇÃO OU ACESSO
01	AULA 1 (presencial)	Plano de Ensino da Disciplina. Ambientação e contextualização sobre armazenagem.	14/03/2025	UNIDADE 1: Aula Expositiva Presencial, Videoaulas e indicação de livro	Plano de ensino da disciplina disponível no TEAMS
02	AULA 2 (EaD)	Conceitos de armazéns.	21/03/2025	UNIDADE 1: Aula Expositiva EaD, Videoaulas e indicação de livro	
03	AULA 3 (EaD)	Formas de Armazenagem	28/03/2025	UNIDADE 1: Aula Expositiva EaD, Videoaulas e indicação de livro	
04	AULA 4 (EaD)	Estratégias de Picking – parte 1	04/04/2025	UNIDADE 1: Aula Expositiva EaD, Videoaulas e indicação de livro	

05	AULA 5 (EaD)	Estratégias de Picking – parte 2		11/04/2025	UNIDADE 1: Aula Expositiva EaD, Videoaulas e indicação de livro	
06	AULA 6 (Presencial)	Apresentação de trabalhos em equipe		18/04/2025		
07	AULA 7 (presencial)	PROVA 1		25/04/2025		
08	AULA 8 (EaD)	Equipamentos para armazenagem e movimentação		02/05/2025	UNIDADE 2: Aula Expositiva EaD, Videoaulas e indicação de livro	
09	AULA 9 (EaD)	Sistemas de Gestão de Armazéns		09/05/2025	UNIDADE 2: Aula Expositiva EaD, Videoaulas e indicação de livro	
10	AULA 10 (EaD)	Configurações e Layout de armazéns		16/05/2025	UNIDADE 2: Aula Expositiva EaD, Videoaulas e indicação de livro	
11	AULA 11 (EaD)	Operações e dados de Armazenagem – Parte 1		23/05/2025	UNIDADE 2: Aula Expositiva EaD, Videoaulas e indicação de livro	
12	AULA 12 (EaD)	Operações e dados de Armazenagem – Parte 2		30/05/2025	UNIDADE 2: Aula Expositiva EaD, Videoaulas e indicação de livro	

13	AULA 13 (EaD)	Tutoria síncrona online		06/06/2025		
14	AULA 14 (presencial)	PROVA 2		13/06/2025		
15	AULA 15 (EaD)	Necessidades especiais e perspectivas em gestão de armazéns		20/06/2025	UNIDADE 2: Aula Expositiva EaD, Videoaulas e indicação de livro	
16	Extra (EaD)	Tutoria síncrona online		27/06/2025		
17		EXAME FINAL		11/07/2025		



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Coordenação do Curso de ou Departamento de
Administração

Ficha 2 (variável)

Disciplina: COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL				Código: SAOP07EAD			
Natureza:		<input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Optativa					
		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular					
Pré-requisito:	Co-requisito:		Modalidade: <input type="checkbox"/> Totalmente Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EAD <input type="checkbox"/> Parcialmente EAD: 48H EAD (80%) 12H PRESENCIAL (20%)				
CH Total: 60H							
CH Semanal: 4H							
Prática como Componente Curricular (PCC):	Padrão (PD):	Laboratório (LB):	Campo (CP):	Estágio (ES):	Orientada (OR):	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):
Atividade Curricular de Extensão (ACE):							

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Comunicação organizacional interna e externa. Modalidades de comunicação organizacional. Contextos, aplicações e escopo da comunicação organizacional. Planejamento estratégico e avaliação da qualidade da comunicação organizacional. Tendências na comunicação organizacional.

PROGRAMA

1. Introdução à comunicação
2. Introdução à comunicação organizacional
3. Planejamento da comunicação organizacional
4. Comunicação oral no contexto organizacional
5. Comunicação escrita no contexto organizacional

OBJETIVO GERAL

Apresentar os fundamentos e os elementos da comunicação organizacional e discutir as principais ferramentas para sua implementação.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Apresentar o conceito de comunicação e as especificidades da comunicação organizacional
- Discutir os diferentes públicos na comunicação organizacional
- Introduzir os tipos de comunicação: oral e escrita. Elaborar um planejamento de comunicação estratégica

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

Procedimentos didáticos para o momento à distância:

a. **Sistema de Comunicação:** O principal canal de comunicação será TEAMS, ambiente institucional de gestão da aprendizagem e trabalho colaborativo, permitindo a realização de atividades a distância.

No TEAMS estarão disponíveis os textos (apostila da disciplina e outros textos de apoio), videoaulas e atividades. Por meio do TEAMS cada estudante também receberá retorno sobre o seu desempenho, bem como orientações e trocas de informações complementares, relativas aos conteúdos abordados e atividades a serem desenvolvidas.

b. **Material didático específico** : Os materiais didáticos serão utilizados pelo aluno para a consecução dos objetivos da disciplina. Tais materiais serão diversificados e terão origem de distintas fontes, a saber:

1. Apostila da disciplina: material didático de autoria pelas docentes, o qual contempla uma visão geral de cada unidade didática, expondo conceitos-chave e aspectos relevantes dos temas, além de exemplos.
2. Roteiro de atividades: para cada aula será elaborada uma ou mais atividades específicas a respeito de cada unidade didática.
3. Videoaulas: produzidas pelas docentes, a fim de proporcionar uma síntese audiovisual de cada tema estudado.
4. Disponibilização de Links externos: vídeos ou reportagens relacionadas com o tema de cada aula.
5. Artigos acadêmicos.
6. Livros da bibliografia básica.

c. **Modelo de tutoria:** A tutoria será realizada pelas docentes, de forma virtual. Conforme a legislação da UFPR, o professor-tutor possui capacitação em EaD ou experiência comprovada para atuar em programas de EaD e deve destinar carga horária específica para momentos presenciais e a distância.

d. **Atribuições do professor-tutor:** Desenvolver, aplicar e acompanhar as atividades dos discentes, conforme

o cronograma do curso; manter regularidade de acesso ao AVA e dar retorno às solicitações do cursista no prazo máximo de 24 horas; estabelecer contato permanente com os alunos e mediar as atividades discentes; realizar a avaliação dos estudantes; participar das atividades de capacitação e atualização promovidas pela UFPR.

- e. Previsão de período de ambientação dos recursos tecnológicos a serem utilizados pelos discentes: A primeira semana da disciplina será dedicada para a ambientação dos alunos à plataforma e aos recursos tecnológicos a serem utilizados.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A nota semestral da disciplina será composta da seguinte maneira:

1. 02 atividades avaliativas - total de 50 pontos
2. 01 prova semestral – total de 50 pontos

A média semestral do aluno resultará do somatório das atividades avaliativas e da prova semestral. Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado.

Se estiver entre 40 e 69 o aluno deverá fazer Exame Final.

Se estiver abaixo de 50 (após o Exame Final) o aluno estará reprovado.

IMPORTANTE: A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h).

METODOLOGIA DE ENSINO E AMBIENTE VIRTUAL DE APRENDIZAGEM - AVA

A Metodologia de Ensino será na modalidade HÍBRIDA, composta por encontros assíncronos e por momentos presenciais.

As aulas assíncronas serão disponibilizadas na TEAMS todos os sábados pela manhã.

CONTROLE DE FREQUÊNCIA

A frequência da disciplina é aferida por meio da entrega de atividades semanais e assíncronas conforme especificado nos Roteiros de Aula, e pela presença nos encontros presenciais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

BARATTER SANCHES, Marystela A.; MATITZ, Queila R. S. Unidade 1: Introdução à Comunicação. In: **Disciplina de Comunicação Organizacional**. UFPR, 2024.

BARATTER SANCHES, Marystela A.; MATITZ, Queila R. S. Unidade 2: Comunicação Organizacional – parte I. In: **Disciplina de Comunicação Organizacional**. UFPR, 2024.

BARATTER SANCHES, Marystela A.; MATITZ, Queila R. S. Unidade 3: Comunicação Organizacional – parte II. In: **Disciplina de Comunicação Organizacional**. UFPR, 2024.

BARATTER SANCHES, Marystela A.; MATITZ, Queila R. S. Unidade 4: Planejamento de Comunicação – parte I. In:

Disciplina de Comunicação Organizacional. UFPR, 2024.

BARATTER SANCHES, Marystela A.; MATITZ, Queila R. S. Unidade 5: Planejamento de Comunicação – parte II. In: **Disciplina de Comunicação Organizacional.** UFPR, 2024.

BARATTER SANCHES, Marystela A.; MATITZ, Queila R. S. Unidade 6: Comunicação Oral no Contexto Organizacional – parte I. In: **Disciplina de Comunicação Organizacional.** UFPR, 2024.

BARATTER SANCHES, Marystela A.; MATITZ, Queila R. S. Unidade 7: Comunicação Oral no Contexto Organizacional – parte II. In: **Disciplina de Comunicação Organizacional.** UFPR, 2024.

BARATTER SANCHES, Marystela A.; MATITZ, Queila R. S. Unidade 8: Comunicação Escrita no Contexto Organizacional – parte I. In: **Disciplina de Comunicação Organizacional.** UFPR, 2024.

BARATTER SANCHES, Marystela A.; MATITZ, Queila R. S. Unidade 9: Comunicação Escrita no Contexto Organizacional – parte II. In: **Disciplina de Comunicação Organizacional.** UFPR, 2024.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

AGUIAR, Fernanda Rocha de (et al.). **Comunicação interna.** Porto Alegre : SAGAH, 2019. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786556900865/pageid/0>

EGGER-MOELLWALD, Lícia. **Comunicação corporativa: a disputa entre a ficção e a realidade.** São Paulo: Cengage Learning, 2011. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522126453/pageid/0>

FORNI, João José. **Gestão de crises e comunicação: o que gestores e profissionais de comunicação precisam saber para enfrentar crises corporativas.** 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2019. Disponível em: [https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597022971/epubcfi/6/2\[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover\]/4/2/2%4050:1](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597022971/epubcfi/6/2[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover]/4/2/2%4050:1)

FRANÇA, Ana Shirley (org.). **Comunicação empresarial.** São Paulo: Atlas, 2014. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522484157/pageid/0>

FRANÇA, Ana Shirley. **Comunicação escrita nas empresas: teorias e práticas.** São Paulo: Atlas, 2013. Disponível em <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522477586/pageid/0>

FRANÇA, Ana Shirley. **Comunicação oral nas empresas: como falar bem e em público.** São Paulo: Atlas, 2015. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522477586/pageid/0>

MEDEIROS, João Bosco. **Comunicação empresarial.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2019. Disponível em: [https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597020502/epubcfi/6/2\[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover\]/4/2/2%4050:48](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597020502/epubcfi/6/2[%3Bvnd.vst.idref%3Dcover]/4/2/2%4050:48)

NADÓLSKIS, Hêndricas. **Comunicação redacional atualizada.** 13ª ed. SARAIVA, 2011. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502147379/pageid/0>

OLIVEIRA, Cristiane Kessler de. **Eventos em comunicação.** Porto Alegre: SAGAH, 2020. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786556900865/pageid/0>

PENTEADO, José Roberto Whitaker. **A técnica da comunicação humana.** 14ª ed. São Paulo: Cengage Learning, 2012. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522112708/pageid/0>

TOMASI, Carolina; DERNAI, Fernanda Mello. **Português instrumental.** São Paulo: Érica, 2014. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788536517940/pageid/0>

CRONOGRAMA DETALHADO DAS AULAS

Dia da semana: SÁBADO

Momentos presenciais

SEMANA	Datas	Tema	Controle de frequência (carga horária)	Atividade Avaliativa
1	15/03/25 a 21/03/25	Semana de Ambientação e Aula Inaugural	Tarefa individual online (2h) Frequência na aula presencial em 15/03/25 (2h)	
2	22/03/25 a 28/03/25	Unidade 1: Introdução à Comunicação	Tarefa individual online (4h)	
3	29/03/25 a 04/04/25	Unidade 2: Comunicação Organizacional I	Tarefa individual online (4h)	
4	05/04/25 a 11/04/25	Unidade 3: Comunicação Organizacional II	Tarefa individual online (4h)	
5	12/04/25 a 25/04/25	Unidade 4: Planejamento de Comunicação I	Tarefa individual online (4h)	
6	26/04/25 a 02/05/25	Unidade 5: Planejamento de Comunicação II	Tarefa individual online (4h)	
7	03/05/25 a 09/05/25	ATIVIDADE AVALIATIVA 1 (em equipe)	Apresentação presencial da atividade em 17/05/25 (8h)	Vale 30% da nota semestral
8	10/05/25 a 16/05/25			
9	17/05/25 a 23/05/25	Unidade 6: Comunicação Oral no Contexto Organizacional I	Tarefa individual online (4h)	
10	24/05/25 a 30/05/25	Unidade 7: Comunicação Oral no Contexto Organizacional II	Tarefa individual online (4h)	
11	31/05/25 a 06/06/25	Unidade 8: Comunicação Escrita no Contexto Organizacional I	Tarefa individual online (4h)	
12	07/06/25 a 13/06/25	Unidade 9: Comunicação Escrita no Contexto Organizacional II	Tarefa individual online (4h)	
13	14/06/25 a 20/06/25	ATIVIDADE AVALIATIVA 2 (em equipe)	Entrega online da atividade (4h)	Vale 30% da nota semestral
14	21/06/25 a 27/06/25	Semana de revisão para a prova	Tarefa individual online (4h)	
15	28/06/25	PROVA PRESENCIAL		Vale 50% da nota semestral
16	07/07/25	EXAME FINAL		



Documento assinado eletronicamente por **MARYSTELA ASSIS BARATTER SANCHES**,
PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR, em 13/02/2025, às 18:28, conforme art. 1º, III, "b", da
Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7498398** e o
código CRC **4D930004**.



Ficha 2 (variável)

Disciplina: Introdução a Data Science					Código: SAOB17		
Natureza: (X) Obrigatória () Optativa		(X) Semestral () Anual () Modular					
Pré-requisito:		Co-requisito:	Modalidade: (X) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*				
CH Total: 60	CH semanal: 4h	Padrão (PD): 45h	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 15h	Prática Específica (PE): 0
EMENTA (Unidade Didática)							
Estruturas, variáveis e tipos de dados; Leitura e entrada de dados. Lógica e algoritmos básicos. Funções (Métodos). Saídas (relatórios, gráficos, arquivos e saídas estruturadas).							
PROGRAMA (itens de cada unidade didática) *							
Variáveis e tipos de dados; Estrutura condicional e estruturas de repetição; Funções; Leitura de arquivos e confecção de relatórios.							
Cronograma em anexo.							
OBJETIVO GERAL							
O aluno deverá ser capaz de desenvolver scripts básicos em Python para extrair informações de dados qualitativos e quantitativos que auxiliem no processo de tomada de decisão organizacional.							
OBJETIVOS ESPECÍFICOS							
Os objetivos específicos da disciplina são:							

- Entender conceitos principais de Data Science e suas aplicações em organizações
- Desenvolver algoritmos computacionais para a representação de dados organizacionais
- Utilizar ferramentas computacionais para tomar decisões a partir de dados

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina será desenvolvida com aulas presenciais expositivas sobre os temas descritos no cronograma.

A avaliação da disciplina será composta por 02 (duas) provas e atividades orientadas (OR) desenvolvidas a cada encontro. Estes projetos fazem parte da avaliação na disciplina e são parte da frequência. Os projetos correspondem a 15h (ou 25%) da carga horária total da disciplina. Dessa forma, o controle de frequência será realizado durante as aulas presenciais expositivas e através das entregas atividades orientadas entregues em sala de aula.

a) sistema de comunicação: a disciplina será presencial. A ferramenta Microsoft Teams será utilizada para a disponibilização de materiais relativos à disciplina, tais como a Ficha 2 e os enunciados dos projetos, dentre outros.

b) material didático específico: consultar as referências disponibilizadas na área de bibliografia.

c) infraestrutura de suporte tecnológico, científico e instrumental à disciplina: As ferramentas computacionais a seguir serão utilizadas na disciplina: Python, Excel, Microsoft Teams.

d) sobre o controle de frequência: O controle de frequência será realizado durante as aulas presenciais expositivas e através da entrega dos projetos individuais. Os projetos são responsáveis por 25% da frequência do aluno e a presença nas aulas será responsável por 75% da frequência dos alunos.

e) Segunda Chamada: para os alunos que solicitarem a mesma junto ao departamento do curso e ocorrer o deferimento do pedido. Após o deferimento do pedido, a data será agendada pelo professor e comunicada aos alunos.

f) Exame Final: o Exame Final ocorrerá no dia **08/07/2025**.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

As avaliações da disciplina serão compostas por 02 (duas) provas escritas e por 04 (quatro) projetos.

Provas (P1 e P2) – 60% da nota final

Atividades orientadas – 40% da nota final

A nota final é dada por

$$M = 0,30 \cdot P1 + 0,30 \cdot P2 + 0,40 \cdot MOR,$$

onde MOR é a media das notas obtidas nas atividades orientadas.

As atividades orientadas receberão uma nota de 0 a 100 e contarão também como frequência. A soma das frequências de todos os projetos será igual a 25% da carga horária total da disciplina.

Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado. Se estiver entre 40 e 69, o aluno deverá fazer o Exame Final. Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o aluno estará reprovado. A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina que é de 60h.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ALVES, W. P. Programação Python: aprenda de forma rápida. Editora Saraiva, 2021.

PENG, R. D. R. Programming for Data Science. Disponível em: <https://bookdown.org/rdpeng/rprogdatascience/>

RIBEIRO, J. A. Introdução à Programação e aos Algoritmos. Grupo GEN, 2019.

SEBESTA, R. W. Conceitos de Linguagens de Programação. 11ª ed. Grupo A, 2018.

MUELLER, P.; MASSARON, L., Python para Data Science para Leigos, Alta Books Editora, 2021.

MENEZES, N.N.C., Introdução à Programação com Python – 4ª Edição: Algoritmos e lógica de programação para iniciantes, Novatec Editora, 2024.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AGUILAR, L. J. Fundamentos de programação: algoritmos, estruturas de dados e objetos. 3ª ed. Porto Alegre: McGraw-Hill, 2008.

AHO, A. V. Foundations of computer science. New York: Computer Science Press, 1998.

CORMEN, T. H. Desmistificando algoritmos. Rio de Janeiro: Campus, 2013.

FORBELLONE, A. L. V.; EBERSPACHER, H. F. Lógica de programação: a construção de algoritmos e estruturas de dados. 3ª ed. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

SHARDA, R., Delen, D., Turban, E., Business Intelligence e Análise de Dados para gestão do negócio, Editora Bookman, 2019.

Ramesh Sharda; Dursun Delen; Efraim Turban, Business Intelligence e Análise de Dados para Gestão do Negócio, 4 edição, Editora Bookman, 2019.

Professores da Disciplina: Leonardo Lima

Assinatura: _____

Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: _____

Assinatura: _____

CRONOGRAMA GERAL DE EXECUÇÃO

SEMANA	AULA	TEMA	DATA	MATERIAIS DIDÁTICOS	LEITURAS OBRIGATÓRIAS E LOCAL DE PUBLICAÇÃO OU ACESSO
01	AULA 1	Plano de Ensino da Disciplina. Conceitos básicos em Data Science.	11/03/2025	UNIDADE 1: Aula Expositiva Presencial, Videoaulas e indicação de livro	Plano de ensino da disciplina disponível no TEAMS
02	AULA 2	Preparação do ambiente de trabalho (Google Colab). Tipos de Dados e Variáveis e operadores. Formatação de saída de dados.	18/03/2025	UNIDADE 2: Aula Expositiva Presencial, Videoaulas e indicação de livro	

03	AULA 3	Estruturas condicionais (if, else)		25/03/2025	UNIDADE 3: Aula Expositiva Presencial, Videoaulas e indicação de livro	
04	AULA 4	Estruturas condicionais – parte 2		01/04/2025	UNIDADE 4: Aula Expositiva Presencial, Videoaulas e indicação de livro	
05	AULA 5	Estruturas de Repetição (for, while)		08/04/2025	UNIDADE 5: Aula Expositiva Presencial, Videoaulas e indicação de livro	
06	AULA 6	Estruturas de Repetição (for, while) – parte 2		15/04/2025	UNIDADE 6: Aula Expositiva Presencial, Videoaulas e indicação de livro	
07	AULA 7	Explorar funções da biblioteca numPy		22/04/2025	UNIDADE 7: Aula Expositiva Presencial, Videoaulas e indicação de livro	
08	AULA 8	PROVA 1		29/04/2025		
09	AULA 9	Análise de Dados com Pandas: leitura e escrita de dados		06/05/2025	UNIDADE 8: Aula Expositiva Presencial, Videoaulas e indicação de livro	
10	AULA 10	Análise de Dados com Pandas: análise exploratória de dados		13/05/2025	UNIDADE 9: Aula Expositiva Presencial, Videoaulas e indicação de livro	
11	AULA 11	Visualização de Dados com matplotlib		20/05/2025	UNIDADE 10: Aula Expositiva Presencial,	

					Videoaulas e indicação de livro	
12	AULA 12	Visualização de Dados com matplotlib – parte 2		27/05/2025	UNIDADE 11: Aula Expositiva Presencial, Videoaulas e indicação de livro	
13	AULA 13	Gestão de projetos com Python: gráficos de Gantt		03/06/2025	UNIDADE 12: Aula Expositiva Presencial, Videoaulas e indicação de livro	
14	AULA 14	Conceitos de aprendizado supervisionado, não supervisionado e LLM		10/06/2025	UNIDADE 13: Aula Expositiva Presencial, Videoaulas e indicação de livro	
15	AULA 15	PROVA 2		17/06/2025		
16		EXAME FINAL		08/07/2025		



1. DADOS GERAIS

Disciplina: Decisão de Financiamento (N1)

Código: SA076

Pré-requisito: Não há

Co-requisito: Não há

Créditos: 4

CH total¹: 60h

Número de vagas ofertadas: 40

Docente(s): Pedro Piccoli

Contato: pedro.r.piccoli@gmail.com

2. EMENTA (Unidade Didática)

O programa contempla grandes temas que permitem à empresa estruturar suas fontes de financiamento de longo prazo, abordando os seguintes itens: Custo de Capital Próprio, Custo de Capital de Terceiros, Custo Médio Ponderado de Capital, Alavancagem Financeira, Estrutura Ótima de Capital, Teoria da Irrelevância da estrutura de capital e Política de Dividendos.

3. PROGRAMA

1. CUSTO MÉDIO PONDERADO DE CAPITAL

- 1.1 Risco e retorno de um ativo e de uma carteira de ativos
- 1.2 Capital Asset Pricing Model (CAPM)
- 1.3 Custo de Capital Próprio
- 1.4 Custo de Capital de Terceiros
- 1.5 Custo Médio Ponderado de Capital (WACC)

2. ESTRUTURA DE CAPITAL

- 2.1 Enfoque LAJIR-LPA
- 2.2 Teoria da Irrelevância de Modigliani e Miller
- 2.3 Beta alavancado
- 2.4 Estrutura ótima de capital
- 2.5 Política de Dividendos

4. OBJETIVO GERAL

¹ A CH total da disciplina NÃO pode ser alterada (§1º, Art.11).

Apresentar e discutir os principais conceitos e instrumentos da decisão de financiamento de longo prazo no mercado nacional e internacional

5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Determinar os custos das fontes de capital próprio e de terceiros, assim como da empresa como um todo. Analisar a proporção ideal entre capital próprio e de terceiros da empresa, abordando as vantagens da alavancagem financeira empresarial. Abordar as características das diferentes políticas de dividendos.

6. METODOLOGIA

A disciplina será desenvolvida mediante aulas expositivo-dialogadas em formato síncrono e presencial na qual serão apresentados os conteúdos curriculares teóricos e resolvidos exercícios aplicando tais conteúdos. Em dias específicos haverá atividades em grupo (trabalhos) revisando os conceitos vistos em um contexto real. Essas atividades serão desenvolvidas no Excel e supervisionadas inicialmente pelo professor, sendo possível sua conclusão de forma assíncrona. Serão utilizados notebook e Excel. O material utilizado em sala, bem como os trabalhos para entrega estarão organizados na plataforma Teams.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A nota da disciplina será composta por dois quesitos: trabalhos em grupos (3 a 5 participantes) e provas, conforme fórmula anexa:

$$\text{Média} = 25\% \times \text{Média dos Trabalhos em Grupos} + 75\% \times \text{Média das Provas Individuais}$$

Trabalhos em grupos: Na segunda parte de algumas aulas especificadas, os alunos realizarão uma atividade em grupo abordando os conceitos vistos em um contexto real. Essas atividades serão desenvolvidas no Excel e supervisionadas inicialmente pelo professor, sendo possível sua conclusão de forma assíncrona. Elas deverão ser entregues via Teams em sala e específica e nas datas informadas no cronograma.

Provas Individuais: Nos encontros 08 e 15 serão realizadas provas individuais síncronas.

Para os alunos que ficaram com média entre 4,0 e 7,0, será realizado um exame final síncrono conforme calendário

A tabela as seguir sintetiza as atividades avaliativas:

TIPO DE AVALIAÇÃO	FORMA DE AVALIAÇÃO	DATA DE DISPONIBILIZAÇÃO	DATA DE ENTREGA	DATA LIMITE DE CORREÇÃO OU DEVOLUTIVA DA ATIVIDADE	PONTOS NA NOTA (0 a 100)
Trabalho 01	Atividade em Grupo com o uso do Excel	26/03/25	31/03/25	02/04/25	6,25

Trabalho 02	Atividade em Grupo com o uso do Excel	23/04/25	28/04/25	30/04/25	6,25
Atividade individual 01	Prova 1	30/04/25	30/04/25	14/05/25	37,5
Trabalho 03	Atividade em Grupo com o uso do Excel	21/05/25	26/05/25	28/05/25	6,25
Trabalho 04	Atividade em Grupo com o uso do Excel	18/06/25	23/06/25	25/06/25	6,25
Atividade individual 02	Prova 2	25/06/25	25/06/25	02/07/25	37,5
					TOTAL = 100

FREQUÊNCIA

A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h). A frequência será atribuída pela realização de chamada no início e final das aulas presenciais.

7. PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina ocorrerá no formato presencial. Já a disponibilização dos materiais e o envio e feedback das entregas das atividades em grupo será realizada por meio do Teams, cuja sala será comunicada aos alunos na primeira aula. As comunicações serão realizadas pelo Siga, e direcionadas aos emails dos alunos.

A disciplina utilizará um Guia de Estudos desenvolvido para a mesma, bem como apresentações em Power Point. Tais documentos, conforme acima mencionado, serão disponibilizados no Teams em sala específica. Os materiais didáticos mencionados no final deste documento também serão ofertados em meio digital nessa plataforma. Os exercícios serão realizados no Microsoft Excel (ou em planilha eletrônica equivalente).

O cronograma de execução da disciplina está relacionado a seguir:

CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO

Semana	Data	Aula	Conteúdo	Metodologia	Material	Formato da Avaliação	Prazo Entrega
1	12/mar	DF1	Apresentação da disciplina. Risco e retorno de um ativo	Aula expositiva síncrona com resolução de exercícios	Slides disponibilizados pelo professor e Guia de Estudos da Disciplina	-	-
2	19/mar	DF2	Risco e retorno de uma carteira de ativos	Aula expositiva síncrona com resolução de exercícios	Slides disponibilizados pelo professor e Guia de Estudos da Disciplina	-	-
3	26/mar	DF3	<i>Capital Asset Pricing Model (CAPM) e Trabalho 01</i>	<i>Aula expositiva síncrona com resolução de exercícios</i>	<i>Slides disponibilizados pelo professor e Guia de Estudos da Disciplina</i>	<i>Trabalho 01 (em grupos)</i>	<i>31/mar</i>
4	02/abr	DF4	Custo de Capital Próprio	Aula expositiva síncrona com resolução de exercícios	Slides disponibilizados pelo professor e Guia de Estudos da Disciplina	-	-
5	09/abr	DF5	Custo de Capital de Terceiros	Aula expositiva síncrona com resolução de exercícios	Slides disponibilizados pelo professor e Guia de Estudos da Disciplina	-	-
6	16/abr	DF6	Custo Médio Ponderado de Capital (WACC)	Aula expositiva síncrona com resolução de exercícios	Slides disponibilizados pelo professor e Guia de Estudos da Disciplina	-	-
7	23/abr	DF7	<i>Exercícios Trabalho 2</i>	<i>Aula expositiva síncrona com resolução de exercícios</i>	<i>Slides disponibilizados pelo professor e Guia de Estudos da Disciplina</i>	<i>Trabalho 02 (em grupos)</i>	<i>28/abr</i>
8	30/abr	DF8	Prova 1	Avaliação Individual síncrona e presencial	-	Prova Individual	30/abr
9	07/mai	DF9	Estrutura de Capital: Modigliani e Miller	Aula expositiva síncrona com resolução de exercícios	Slides disponibilizados pelo professor e Guia de Estudos da Disciplina	-	-
10	21/mai	DF10	<i>Enfoque LAJIR-LPA Trabalho 3</i>	<i>Aula expositiva síncrona com resolução de exercícios</i>	<i>Slides disponibilizados pelo professor e Guia de Estudos da Disciplina</i>	<i>Trabalho 03 (em grupos)</i>	<i>26/mai</i>
11	28/mai	DF11	Beta desalavancado	Aula expositiva síncrona com resolução de exercícios	Slides disponibilizados pelo professor e Guia de Estudos da Disciplina	-	-
12	04/jun	DF12				-	-

			Estrutura de Capital: Mix Ótimo	Aula expositiva síncrona com resolução de exercícios	Slides disponibilizados pelo professor e Guia de Estudos da Disciplina		
13	11/jun	DF13	Política de Dividendos	Aula expositiva síncrona com resolução de exercícios	Slides disponibilizados pelo professor e Guia de Estudos da Disciplina	-	-
14	18/jun	DF14	<i>Exercícios Trabalho 4</i>	Aula expositiva síncrona com resolução de exercícios	Slides disponibilizados pelo professor e Guia de Estudos da Disciplina	<i>Trabalho 04 (em grupos)</i>	<i>23/jun</i>
15	25/jun	DF15	Prova 2	Avaliação Individual síncrona e presencial	-	Prova Individual	25/jun
16	02/jul	DF16	Devolutiva Prova 2 2a Chamada	Devolutiva 2a chamada	Devolutiva Prova 2 e tira-dúvidas sobre os temas do Exame Final	-	-
-	09/jul	-	Exame Final	Avaliação Individual síncrona e presencial	-	Prova Individual	09/jul

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

GITMAN, L. Princípios de Administração Financeira. Editora Pearson/Addison Wesley, 2004 ou posterior.

BERK, J.; DEMARZO, P. Finanças Empresariais. Porto Alegre: Bookman, 2009.

LEMES JUNIOR, A. B.; CHEROBIM, A. P. M. S.; RIGO, C. M. Administração financeira: princípios, fundamentos e práticas brasileiras. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2005

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

GALDI, F.; LIMA, V, 2016, Value & Growth Investing e PEAD no Brasil. Revista Brasileira de Finanças, 14(4), 551-577.

NASCIMENTO, C.; ESPEJO, M. M. S. B.; VOESE, S. B.; PFITSCHER, E. D., 2012, Tipologia de Fleuriet e a crise financeira de 2008, Revista Universo Contábil, 8(4), 40-59

PALOMBINI, N. V. N.; NAKAMURA, W. T., 2012, Key Factors in Working Capital Management in the Brazilian Market, RAE, 52(1), 55-69

PEROBELLI, F. F. C; JANUZZI, F. V.; BERBERT, L. J. S., 2011, Testando o “Cash-Flow-at-Risk” em empresas têxteis. Nova Economia, 21(2), 225-261

RECH, I., CUNHA, M., RABELO, C., BARBOSA, A., Análise da relação entre rentabilidade e estratégias de gestão do capital de giro das empresas listadas na B3. Revista de Contabilidade Contemporânea, 16(38), 150-165

REZENDE, F., MONTEZANO, R., OLIVEIRA, F., LAMEIRA, V., 2017, Previsão de dificuldade financeira em empresas de capital aberto. Revista Contabilidade & Finanças, 28 (75), 390-406

SCHIOZER, R., BRANDO, J., 2011, A Oferta de Trade Credit pelas Empresas Brasileiras de Capital Aberto. Revista Brasileiro de Finanças, 9(4), 585-612

SEIDEL, A.; KUME, R., 2003, Contabilização das variações da necessidade de capital de giro. Revista Contabilidade & Finanças, 31, 66-77

VIEIRA, L. B.; BRITO, S. S.; SANTANA, J. R. B.; SNACHES, S. L. R.; GALDAMEZ, E. V. C., 2017, Reflexo das operações de fusões e aquisições nos indicadores financeiros das empresas brasileiras de capital aberto. REGE – Revista de Gestão, 24, 235-246.



Disciplina: Tópicos Especiais de Finanças

Pré-requisito: Não há

Créditos: 4

CH total¹: 60h

Número de vagas ofertadas: 55

Docente(s): Pedro Piccoli

Contato: pedro.r.piccoli@gmail.com

Código: SA81

Co-requisito: Não há

Ementa (Unidade Didática)

O programa contempla grandes temas que permitem flexibilidade para ajuste à realidade econômico-financeira do ambiente empresarial contemporâneo, abordando os seguintes itens: Indicadores Financeiros, Amortização e valor do dinheiro no tempo, Modelo Flueriet, Análise Custo-Volume-Lucro, Custo de Capital Próprio, Custo Médio Ponderado de Capital, Enfoque LAJIR-LPA, Análise de projetos de expansão, Análise de projetos de substituição, Análise de projetos perpétuos.

OBJETIVO GERAL

Esta disciplina objetiva formar os estudantes em temas especiais de finanças, que não tenham sido suficientemente aprofundados nas demais disciplinas da área e que se revelem relevantes para a atuação profissional de finanças.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Avaliar a saúde financeira da empresa a partir da interpretação de seus demonstrativos, elaborar uma tabela de amortização, calcular o ponto de equilíbrio para múltiplos produtos, determinar o custo de capital próprio e o custo médio ponderado de capital de uma empresa, analisar a viabilidade financeira de um projeto, entender e interpretar as técnicas de análise de projeto: TIR, VPL e Payback.

PROGRAMA

1. GESTÃO DO CAPITAL CIRCULANTE
 - 1.1 Empréstimos e orçamento de caixa
 - 1.2 Análise Custo-Volume-Lucro para múltiplos produtos
 - 1.3 Indicadores Financeiros
 - 1.4 Análise dinâmica do balanço

2. DECISÃO DE FINANCIAMENTO
 - 1.1 Custo de Capital Próprio

¹ A CH total da disciplina NÃO pode ser alterada (**§1º, Art.11**).

- 1.2 WACC - Custo Médio Ponderado de Capital
- 1.3 Enfoque LAJIR-LPA

3. DECISÃO DE INVESTIMENTO

- 3.1 Analisando projetos de expansão
- 3.2 Analisando projetos de substituição
- 3.3 Analisando projetos perpétuos

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A nota da disciplina será composta por dois quesitos: exercícios de fixação e resolução dos casos, conforme fórmula anexa:

$$\text{Média} = 40\% \times \text{Média da Resolução dos Casos} + 60\% \times \text{Média das Provas}$$

Resolução dos casos: Os alunos serão organizados em equipes e deverão resolver o caso proposto referente ao tema visto até a véspera da próxima aula. A resolução do caso é em grupo e deverá ser submetida via Teams na atividade específica.

Provas Individuais: Nos encontros 08 e 15 serão realizadas provas individuais presenciais e síncronas

Para os alunos que ficaram com média entre 4,0 e 7,0, será realizado um exame final conforme programação mais abaixo.

A tabela a seguir sintetiza as atividades avaliativas:

TIPO DE AVALIAÇÃO	FORMA DE AVALIAÇÃO	DATA DE DISPONIBILIZAÇÃO	DATA DE ENTREGA	DATA LIMITE DE CORREÇÃO OU DEVOLUTIVA DA ATIVIDADE	PONTOS NA NOTA (0 a 100)
Atividade 1 em equipe	Resolução do Caso	17/03/24	23/03/24	30/03/24	4
Atividade 2 em equipe	Resolução do Caso	24/03/24	30/03/24	07/04/24	4
Atividade 3 em equipe	Resolução do Caso	31/03/24	06/04/24	13/04/24	4
Atividade 4 em equipe	Resolução do Caso	07/04/24	13/04/24	20/04/24	4
Atividade 5 em equipe	Resolução do Caso	14/04/24	20/04/24	27/04/24	4
Atividade 6 individual	Prova 1	05/05/24	05/05/24	19/05/24	30
Atividade 7 em equipe	Resolução do Caso	12/05/24	18/05/24	25/05/24	4
Atividade 8 em equipe	Resolução do Caso	19/05/24	25/05/24	01/06/24	4
Atividade 9 em equipe	Resolução do Caso	26/05/24	01/06/24	08/06/24	4
Atividade 10 em equipe	Resolução do Caso	02/06/24	08/06/24	15/06/24	4
Atividade 11 em equipe	Resolução do Caso	09/06/24	15/06/24	23/06/24	4
Atividade 12 individual	Prova 2	23/06/24	23/06/24	30/06/24	30
TOTAL = 100					

FREQUÊNCIA

A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h). A frequência será atribuída pela realização de chamada no início e final das aulas presenciais.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina ocorrerá no formato presencial. Já a disponibilização dos materiais e o envio e feedback das entregas assíncronas será realizada por meio do Teams, cuja sala virtual será formada primeira aula. As comunicações serão realizadas pelo Siga, e direcionadas aos emails dos alunos.

A disciplina utilizará um Guia de Estudos desenvolvido para a mesma, bem como apresentações em Power Point. Tais documentos, conforme acima mencionado, serão disponibilizados no Teams em sala específica. Os materiais didáticos mencionados no final deste documento também serão ofertados em meio digital nessa plataforma. Os exercícios serão realizados no Microsoft Excel (ou em planilha eletrônica equivalente).

O cronograma de execução da disciplina está relacionado a seguir

CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO

Semana	Data	Aula	Conteúdo	Metodologia	Formato da Avaliação	Prazo Entrega
1	10/mar	TEF 1	Apresentação da disciplina	Aula expositiva <i>assíncrona</i> apresentando a disciplina	-	-
2	17/mar	TEF 2	Empréstimos e orçamento de caixa	Aula expositiva síncrona com resolução de exercícios	-	23-mar
		Caso 1	<i>Elaborando a tabela de amortização para o orçamento empresarial</i>	<i>Estudo de caso (Editora Basis)</i>	Trabalho em grupo	
3	24/mar	TEF 3	Análise CVL para múltiplos produtos	Aula expositiva síncrona com resolução de exercícios	-	30-mar
		Caso 2	<i>Utilizando a análise custo-volume-lucro para a projeção de metas de vendas</i>	<i>Estudo de caso (Cervejaria Palmer)</i>	Trabalho em grupo	
4	31/mar	TEF 4	Indicadores Financeiros	Aula expositiva <i>assíncrona</i> com resolução de exercícios	-	6-abr
		Caso 3	<i>Análise dos Indicadores Financeiros Empresariais</i>	<i>Estudo de caso (BRFoods)</i>	Trabalho em grupo	
5	07/abr	TEF 5	Análise dinâmica do balanço	Aula expositiva síncrona com resolução de exercícios	-	13-abr
		Caso 4	<i>Análise dinâmica do balanço patrimonial e dificuldade financeira</i>	<i>Estudo de caso (Helbor S.A.)</i>	Trabalho em grupo	
6	14/abr	TEF 6	Custo de Capital Próprio	Aula expositiva síncrona com resolução de exercícios	-	27-abr
		Caso 5	<i>A aquisição de 5% do capital pela Gávea Investimentos</i>	<i>Estudo de caso (Hering S.A.)</i>	Trabalho em grupo	
7	28/abr	TEF	Exercícios de revisão	Aula expositiva com resolução de exercícios	-	-
8	05/mai	TEF 8	Prova 1	Avaliação Individual	Prova Individual	5-mai
9	12/mai	TEF 9	WACC - Custo Médio Ponderado de Capital	Aula expositiva síncrona com resolução de exercícios	-	18-mai
		Caso 6	<i>Avaliando diferentes custos de capital da empresa</i>	<i>Estudo de caso (Hering S.A, parte 2)</i>	Trabalho em grupo	
10	19/mai	TEF 10	Enfoque LAJIR-LPA	Aula expositiva síncrona com resolução de exercícios	-	

		Caso 7	<i>Escolha entre financiar a expansão com capital de terceiros ou capital próprio</i>	<i>Estudo de caso (Eureka Educação)</i>	Trabalho em grupo	25-mai
11	26/mai	TEF 11	Analisando projetos de expansão	Aula expositiva síncrona com resolução de exercícios	-	
		Caso 8	<i>Avaliando o lançamento de um novo produto</i>	<i>Estudo de caso (Venture Technologies)</i>	Trabalho em grupo	1-jun
12	02/jun	TEF 12	Analisando projetos de substituição	Aula expositiva <u>assíncrona</u> com resolução de exercícios	-	
		Caso 9	<i>Avaliando projetos de substituição de ativos fixos</i>	<i>Estudo de caso (Cervejaria Palmer, parte 2)</i>	Trabalho em grupo	8-jun
13	09/jun	TEF 13	Analisando projetos perpétuos	Aula expositiva síncrona com resolução de exercícios	-	
		Caso 10	<i>Avaliando projetos perpétuos</i>	<i>Estudo de caso (Delta Shopping)</i>	Trabalho em grupo	15-jun
14	16/jun	TEF 14	Exercícios de revisão	Aula expositiva com resolução de exercícios	-	-
15	23/jun	TEF 15	Prova 2	Avaliação Individual	Prova Individual	23-jun
16	30/jun	TEF 16	Devolutiva Prova 2 2a Chamada	Devolutiva Prova 2 e tira-dúvidas sobre os temas do Exame Final	-	
-	07/jul	TEF 17	Exame Final	Avaliação Individual	Prova Individual	7-jul

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

CORELLI, A., 2018, Analytical Corporate Finance, 1ª Edição, Suíça: Springer.

KNOTT, G., 2008, Financial Management, 3ª Edição, Londres: MacMillan Press

SILVA, E. S., 2011, Gestão financeira: exercícios resolvidos, 1ª Edição, Portugal: Vida Econômica

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

GALDI, F.; LIMA, V, 2016, Value & Growth Investing e PEAD no Brasil. Revista Brasileira de Finanças, 14(4), 551-577.

NASCIMENTO, C.; ESPEJO, M. M. S. B.; VOESE, S. B.; PFITSCHER, E. D., 2012, Tipologia de Fleuriet e a crise financeira de 2008, Revista Universo Contábil, 8(4), 40-59

PALOMBINI, N. V. N.; NAKAMURA, W. T., 2012, Key Factors in Working Capital Management in the Brazilian Market, RAE, 52(1), 55-69

PEROBELLI, F. F. C; JANUZZI, F. V.; BERBERT, L. J. S., 2011, Testando o “Cash-Flow-at-Risk” em empresas têxteis. Nova Economia, 21(2), 225-261

RECH, I., CUNHA, M., RABELO, C., BARBOSA, A., Análise da relação entre rentabilidade e estratégias de gestão do capital de giro das empresas listadas na B3. Revista de Contabilidade Contemporânea, 16(38), 150-165

REZENDE, F., MONTEZANO, R., OLIVEIRA, F., LAMEIRA, V., 2017, Previsão de dificuldade financeira em empresas de capital aberto. Revista Contabilidade & Finanças, 28 (75), 390-406

SCHIOZER, R., BRANDO, J., 2011, A Oferta de Trade Credit pelas Empresas Brasileiras de Capital Aberto. Revista Brasileiro de Finanças, 9(4), 585-612

SEIDEL, A.; KUME, R., 2003, Contabilização das variações da necessidade de capital de giro. Revista Contabilidade & Finanças, 31, 66-77

VIEIRA, L. B.; BRITO, S. S.; SANTANA, J. R. B.; SNACHES, S. L. R.; GALDAMEZ, E. V. C., 2017, Reflexo das operações de fusões e aquisições nos indicadores financeiros das empresas brasileiras de capital aberto. REGE – Revista de Gestão, 24, 235-246.



PROGRAMA DE DISCIPLINA

DISCIPLINA: DECISÃO DE INVESTIMENTO

CÓDIGO: SAOB06

SEMESTRAL (X)

ANUAL ()

CRÉDITOS: 4

CARGA HORÁRIA TEÓRICA: 60

CARGA HORÁRIA PRÁTICA:0

**DEPARTAMENTO OFERTANTE: DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO
GERAL E APLICADA**

PRÉ-REQUISITO(S): não há

PERÍODO RECOMENDADO: 6º SEMESTRE

DIA DA SEMANA: SEGUNDA-FEIRA

OBJETIVOS:

- ✓ Apresentar e discutir os principais conceitos e instrumentos da decisão de investimento de capital;
- ✓ Utilizar ferramentas de tomada de decisão financeira em relação a novos investimentos;
- ✓ Tomar decisões de investimento simuladas com base em estudos de caso.

EMENTA:

Projetos de investimento; análise de viabilidade; sistemas de amortização; orçamento de investimentos; matemática financeira; crowdfunding

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Decisões de investimentos de longo prazo e orçamento de capital
2. Avaliação de fluxos de caixa descontados
3. Métodos tradicionais de avaliação de projetos
4. Indicadores financeiros de projetos de investimento
 - 4.1 Valor presente líquido
 - 4.2 Taxa interna de retorno
 - 4.3 Índice benefício custo
 - 4.4 Valor presente líquido anualizado
 - 4.5 Taxa mínima de atratividade
 - 4.6 Retorno adicional sobre o investimento
 - 4.7 Ponto de Fisher
 - 4.8 Payback
5. Estudos de caso
6. Métodos contemporâneos de avaliação de projetos.
7. Risco e incerteza



FORMAS DE AVALIAÇÃO:

Critério	PESO
Atividades para casa	15%
Trabalho individual ao fim da disciplina	15%
Prova 1º bimestre	40%
Prova 2º bimestre	30%

CRONOGRAMA

SEM	DIA	ASSUNTO	REFERÊNCIAS PARA O ASSUNTO
1	10-mar	Apresentação da disciplina, conteúdo a ser abordado, metodologia e avaliações Revisão de matemática financeira	Plano de Ensino 2025 Apostila Matemática Financeira Professor Itamir
2	17-mar	Revisão de matemática financeira Sistemas de amortização	Apostila Matemática Financeira Professor Itamir
3	24-mar	Investimentos financeiros Crédito	Fortuna, E. Mercado financeiro - produtos e serviços. 22ª ed. Rio de Janeiro:Qualitymark, 2020. Capítulo 6 Caciatori, Itamir. Investimentos Financeiros. Curitiba, IESDE Brasil, 2023. Capítulos 1, 2 e 3.
4	31-mar	Equivalência de capitais Valor Presente Líquido	Souza, A.; Clemente, A. Decisões financeiras e análise de investimentos: fundamentos, técnicas e aplicações. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2009. Capítulo 5 Casaroto Filho, N. Análise de investimentos: manual para solução de problemas e tomadas de decisão. 12ª ed. São Paulo: Atlas, 2020. Capítulo 7.
5	7-abr	Valor Presente Líquido Valor Presente Líquido Anualizado	Souza, A.; Clemente, A. Decisões financeiras e análise de investimentos: fundamentos, técnicas e aplicações. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2009. Capítulo 5. Casaroto Filho, N. Análise de investimentos: manual para solução de problemas e tomadas



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO GERAL E APLICADA
COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

			de decisão. 12ª ed. São Paulo: Atlas, 2020. Capítulo 7.
6	14-abr	Taxa Interna de Retorno Atividades aula 5	Souza, A.; Clemente, A. Decisões financeiras e análise de investimentos: fundamentos, técnicas e aplicações. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2009. Capítulo 05.4 Casaroto Filho, N. Análise de investimentos: manual para solução de problemas e tomadas de decisão. 12ª ed. São Paulo: Atlas, 2020. Capítulo 8.
7	28-abr	Payback Atividades aula 7	Souza, A.; Clemente, A. Decisões financeiras e análise de investimentos: fundamentos, técnicas e aplicações. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2009. livro Texto - Capítulo 05
8	5-mai	Revisão primeiro bimestre	Aulas 1 a 7
9	12-mai	PRIMEIRA AVALIAÇÃO INDIVIDUAL -	Aulas 01 a 07
10	19-mai	Múltiplas alternativas de investimentos Risco e incerteza	Souza, A.; Clemente, A. Decisões financeiras e análise de investimentos: fundamentos, técnicas e aplicações. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2009. Capítulos 8 e 9. Casaroto Filho, N. Análise de investimentos: manual para solução de problemas e tomadas de decisão. 12ª ed. São Paulo: Atlas, 2020. Capítulo 15.
11	26-mai	Análise de substituição de equipamentos	Souza, A.; Clemente, A. Decisões financeiras e análise de investimentos: fundamentos, técnicas e aplicações. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2009. Capítulo 11. Casaroto Filho, N. Análise de investimentos: manual para solução de problemas e tomadas de decisão. 12ª ed. São Paulo: Atlas, 2020. Capítulo 11.
12	2-jun	Prática: - Estudo de caso 1	
13	9-jun	Prática: - Estudo de caso 2	
14	16-jun	Prática: - Estudo de caso 3	
15	23-jun	Prática: - Estudo de caso 4	
16	30-jun	SEGUNDA AVALIAÇÃO INDIVIDUAL	
17	7-jul	PROVA FINAL	



BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

1. LEMES JUNIOR, A. B.; CHEROBIM, A. P. M. S.; RIGO, C. M. 2. ed. **Administração financeira: princípios, fundamentos e práticas brasileiras.** Rio de Janeiro: Campus, 2005.
2. SOUZA, A.; CLEMENTE, A. **Decisões financeiras e análise de investimentos: fundamentos, técnicas e aplicações.** 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.
3. CASAROTO FILHO, N. **Análise de investimentos: manual para solução de problemas e tomadas de decisão.** 12ª ed. São Paulo: Atlas, 2020.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

1. BERNESTEIN, P. L. **Desafio aos deuses: a fascinante história do risco.** 3. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1997.
2. BREALEY, R. A.; MYERS, S. C.; Allen, F. **Princípios de finanças corporativas.** 12ª ed. Porto Alegre: AMGH, 2018.
3. COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS. **Mercado de valores mobiliários brasileiro.** 4ª ed. Rio de Janeiro: CVM, 2019
4. DAMODARAN, A. **Avaliação de investimentos: ferramentas e técnicas para a determinação do valor de qualquer ativo.** Tradução: Bazan Tecnologia e Lingüística. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1997.
5. DIXIT & PINDYCK. **Investment under uncertainty.** Princeton University Press, 1993.
6. FORTUNA, E. **Mercado financeiro - produtos e serviços.** 22ª ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2020.
7. GUNTHER, M. **Os axiomas de Zurique.** 2. ed. São Paulo: Record, 1995.
8. LEMES JR. A. B. **Gestão financeira nas pequenas empresas.** In: Manual de Gestão de Empresas. Sérgio Bulgacov. São Paulo. Atlas, 1999.
9. MIRANDA, V. A. M. de; PAMPLONA, E. de O. Análise de projetos em condição de risco com a utilização da Arbitrage Pricing Theory (APT) uma aplicação no setor energético. In **Revista de Administração da Universidade de São Paulo** vol 35, número 3, julho/setembro 2000.
10. ROSS, S. A.; WESTERFIELD, R. W.; JAFFE, J. F. **Administração financeira: corporate finance.** São Paulo: Atlas, 1995. 14. ROSS, S. A., WESTERFIELD, R.;
11. SECURATO, J. R. **Decisões financeiras em condição de risco.** São Paulo: Atlas, 1996.



PROGRAMA DE DISCIPLINA

DISCIPLINA: DECISÃO DE INVESTIMENTO

CÓDIGO: SAOB06

SEMESTRAL (X)

ANUAL ()

CRÉDITOS: 4

CARGA HORÁRIA TEÓRICA: 60

CARGA HORÁRIA PRÁTICA:0

**DEPARTAMENTO OFERTANTE: DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO
GERAL E APLICADA**

PRÉ-REQUISITO(S): não há

PERÍODO RECOMENDADO: 6º SEMESTRE

DIA DA SEMANA: TERÇA-FEIRA

OBJETIVOS:

- ✓ Apresentar e discutir os principais conceitos e instrumentos da decisão de investimento de capital;
- ✓ Utilizar ferramentas de tomada de decisão financeira em relação a novos investimentos;
- ✓ Tomar decisões de investimento simuladas com base em estudos de caso.

EMENTA:

Projetos de investimento; análise de viabilidade; sistemas de amortização; orçamento de investimentos; matemática financeira; crowdfunding

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Decisões de investimentos de longo prazo e orçamento de capital
2. Avaliação de fluxos de caixa descontados
3. Métodos tradicionais de avaliação de projetos
4. Indicadores financeiros de projetos de investimento
 - 4.1 Valor presente líquido
 - 4.2 Taxa interna de retorno
 - 4.3 Índice benefício custo
 - 4.4 Valor presente líquido anualizado
 - 4.5 Taxa mínima de atratividade
 - 4.6 Retorno adicional sobre o investimento
 - 4.7 Ponto de Fisher
 - 4.8 Payback
5. Estudos de caso
6. Métodos contemporâneos de avaliação de projetos.
7. Risco e incerteza



FORMAS DE AVALIAÇÃO:

Critério	PESO
Atividades para casa	15%
Trabalho individual ao fim da disciplina	15%
Prova 1º bimestre	40%
Prova 2º bimestre	30%

CRONOGRAMA

SEM	DIA	ASSUNTO	REFERÊNCIAS
1	11-mar	Apresentação da disciplina, conteúdo a ser abordado, metodologia e avaliações Revisão de matemática financeira	Plano de Ensino 2025 Apostila Matemática Financeira Professor Itamir
2	18-mar	Revisão de matemática financeira Sistemas de amortização	Apostila Matemática Financeira Professor Itamir
3	25-mar	Investimentos financeiros Crédito	Fortuna, E. Mercado financeiro - produtos e serviços. 22ª ed. Rio de Janeiro:Qualitymark, 2020. Capítulo 6 Caciatori, Itamir. Investimentos Financeiros. Curitiba, IESDE Brasil, 2023. Capítulos 1, 2 e 3.
4	1-abr	Equivalência de capitais Valor Presente Líquido	Souza, A.; Clemente, A. Decisões financeiras e análise de investimentos: fundamentos, técnicas e aplicações. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2009. Capítulo 5 Casaroto Filho, N. Análise de investimentos: manual para solução de problemas e tomadas de decisão. 12ª ed. São Paulo: Atlas, 2020. Capítulo 7.
5	8-abr	Valor Presente Líquido Valor Presente Líquido Anualizado	Souza, A.; Clemente, A. Decisões financeiras e análise de investimentos: fundamentos, técnicas e aplicações. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2009. Capítulo 5. Casaroto Filho, N. Análise de investimentos: manual para solução de problemas e tomadas



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO GERAL E APLICADA
COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

			de decisão. 12ª ed. São Paulo: Atlas, 2020. Capítulo 7.
6	15-abr	Taxa Interna de Retorno Atividades aula 5	Souza, A.; Clemente, A. Decisões financeiras e análise de investimentos: fundamentos, técnicas e aplicações. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2009. Capítulo 05.4 Casaroto Filho, N. Análise de investimentos: manual para solução de problemas e tomadas de decisão. 12ª ed. São Paulo: Atlas, 2020. Capítulo 8.
7	22-abr	Payback Atividades aula 7	Souza, A.; Clemente, A. Decisões financeiras e análise de investimentos: fundamentos, técnicas e aplicações. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2009. livro Texto - Capítulo 05
8	29-abr	Revisão primeiro bimestre	Aulas 1 a 7
9	6-mai	PRIMEIRA AVALIAÇÃO INDIVIDUAL -	Aulas 01 a 07
10	13-mai	Múltiplas alternativas de investimentos Risco e incerteza	Souza, A.; Clemente, A. Decisões financeiras e análise de investimentos: fundamentos, técnicas e aplicações. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2009. Capítulos 8 e 9. Casaroto Filho, N. Análise de investimentos: manual para solução de problemas e tomadas de decisão. 12ª ed. São Paulo: Atlas, 2020. Capítulo 15.
11	20-mai	Análise de substituição de equipamentos	Souza, A.; Clemente, A. Decisões financeiras e análise de investimentos: fundamentos, técnicas e aplicações. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2009. Capítulo 11. Casaroto Filho, N. Análise de investimentos: manual para solução de problemas e tomadas de decisão. 12ª ed. São Paulo: Atlas, 2020. Capítulo 11.
12	27-mai	Prática: - Estudo de caso 1	
13	3-jun	Prática: - Estudo de caso 2	
14	10-jun	Prática: - Estudo de caso 3	
15	17-jun	Prática: - Estudo de caso 4	



16	24-jun	SEGUNDA AVALIAÇÃO INDIVIDUAL	
17	8-jul	PROVA FINAL	

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

1. LEMES JUNIOR, A. B.; CHEROBIM, A. P. M. S.; RIGO, C. M. 2. ed. **Administração financeira: princípios, fundamentos e práticas brasileiras.** Rio de Janeiro: Campus, 2005.
2. SOUZA, A.; CLEMENTE, A. **Decisões financeiras e análise de investimentos: fundamentos, técnicas e aplicações.** 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.
3. CASAROTO FILHO, N. **Análise de investimentos: manual para solução de problemas e tomadas de decisão.** 12ª ed. São Paulo: Atlas, 2020.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

1. BERNESTEIN, P. L. **Desafio aos deuses: a fascinante história do risco.** 3. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1997.
2. BREALEY, R. A.; MYERS, S. C.; Allen, F. **Princípios de finanças corporativas.** 12ª ed. Porto Alegre: AMGH, 2018.
3. COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS. **Mercado de valores mobiliários brasileiro.** 4ª ed. Rio de Janeiro: CVM, 2019
4. DAMODARAN, A. **Avaliação de investimentos: ferramentas e técnicas para a determinação do valor de qualquer ativo.** Tradução: Bazan Tecnologia e Linguística. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1997.
5. DIXIT & PINDYCK. **Investment under uncertainty.** Princeton University Press, 1993.
6. FORTUNA, E. **Mercado financeiro - produtos e serviços.** 22ª ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2020.
7. GUNTHER, M. **Os axiomas de Zurique.** 2. ed. São Paulo: Record, 1995.
8. LEMES JR. A. B. **Gestão financeira nas pequenas empresas.** In: Manual de Gestão de Empresas. Sérgio Bulgacov. São Paulo. Atlas. 1999.
9. MIRANDA, V. A. M. de; PAMPLONA, E. de O. **Análise de projetos em condição de risco com a utilização da Arbitrage Pricing Theory (APT) uma aplicação no setor energético.** In **Revista de Administração da Universidade de São Paulo** vol 35, número 3, julho/setembro 2000.
10. ROSS, S. A.; WESTERFIELD, R. W.; JAFFE, J. F. **Administração financeira: corporate finance.** São Paulo: Atlas, 1995. 14. ROSS, S. A., WESTERFIELD, R.;
11. SECURATO, J. R. **Decisões financeiras em condição de risco.** São Paulo: Atlas, 1996.



PROGRAMA DE DISCIPLINA

DISCIPLINA: DECISÃO DE INVESTIMENTO

CÓDIGO: SAOB06

SEMESTRAL (X)

ANUAL ()

CRÉDITOS: 4

CARGA HORÁRIA TEÓRICA: 60

CARGA HORÁRIA PRÁTICA:0

**DEPARTAMENTO OFERTANTE: DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO
GERAL E APLICADA**

PRÉ-REQUISITO(S): não há

PERÍODO RECOMENDADO: 6º SEMESTRE

DIA DA SEMANA: SEXTA-FEIRA

OBJETIVOS:

- ✓ Apresentar e discutir os principais conceitos e instrumentos da decisão de investimento de capital;
- ✓ Utilizar ferramentas de tomada de decisão financeira em relação a novos investimentos;
- ✓ Tomar decisões de investimento simuladas com base em estudos de caso.

EMENTA:

Projetos de investimento; análise de viabilidade; sistemas de amortização; orçamento de investimentos; matemática financeira; crowdfunding

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Decisões de investimentos de longo prazo e orçamento de capital
2. Avaliação de fluxos de caixa descontados
3. Métodos tradicionais de avaliação de projetos
4. Indicadores financeiros de projetos de investimento
 - 4.1 Valor presente líquido
 - 4.2 Taxa interna de retorno
 - 4.3 Índice benefício custo
 - 4.4 Valor presente líquido anualizado
 - 4.5 Taxa mínima de atratividade
 - 4.6 Retorno adicional sobre o investimento
 - 4.7 Ponto de Fisher
 - 4.8 Payback
5. Estudos de caso
6. Métodos contemporâneos de avaliação de projetos.
7. Risco e incerteza



FORMAS DE AVALIAÇÃO:

Critério	PESO
Atividades para casa	15%
Trabalho individual ao fim da disciplina	15%
Prova 1º bimestre	40%
Prova 2º bimestre	30%

CRONOGRAMA

SEM	DIA	ASSUNTO	REFERÊNCIAS PARA O ASSUNTO
1	14-mar	Apresentação da disciplina, conteúdo a ser abordado, metodologia e avaliações Revisão de matemática financeira	Plano de Ensino 2025 Apostila Matemática Financeira Professor Itamir
2	21-mar	Revisão de matemática financeira Sistemas de amortização	Apostila Matemática Financeira Professor Itamir
3	28-mar	Investimentos financeiros Crédito	Fortuna, E. Mercado financeiro - produtos e serviços. 22ª ed. Rio de Janeiro:Qualitymark, 2020. Capítulo 6 Caciatori, Itamir. Investimentos Financeiros. Curitiba, IESDE Brasil, 2023. Capítulos 1, 2 e 3.
4	4-abr	Equivalência de capitais Valor Presente Líquido	Souza, A.; Clemente, A. Decisões financeiras e análise de investimentos: fundamentos, técnicas e aplicações. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2009. Capítulo 5 Casaroto Filho, N. Análise de investimentos: manual para solução de problemas e tomadas de decisão. 12ª ed. São Paulo: Atlas, 2020. Capítulo 7.
5	11-abr	Valor Presente Líquido Valor Presente Líquido Anualizado	Souza, A.; Clemente, A. Decisões financeiras e análise de investimentos: fundamentos, técnicas e aplicações. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2009. Capítulo 5. Casaroto Filho, N. Análise de investimentos: manual para solução de problemas e tomadas de decisão. 12ª ed. São Paulo: Atlas, 2020. Capítulo 7.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO GERAL E APLICADA
COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

6	25-abr	Taxa Interna de Retorno Atividades aula 5	Souza, A.; Clemente, A. Decisões financeiras e análise de investimentos: fundamentos, técnicas e aplicações. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2009. Capítulo 05.4 Casaroto Filho, N. Análise de investimentos: manual para solução de problemas e tomadas de decisão. 12ª ed. São Paulo: Atlas, 2020. Capítulo 8.
7	2-mai	Payback Atividades aula 7	Souza, A.; Clemente, A. Decisões financeiras e análise de investimentos: fundamentos, técnicas e aplicações. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2009. livro Texto - Capítulo 05
8	9-mai	Revisão primeiro bimestre	Aulas 1 a 7
9	16-mai	PRIMEIRA AVALIAÇÃO INDIVIDUAL -	Aulas 01 a 07
10	23-mai	Múltiplas alternativas de investimentos Risco e incerteza	Souza, A.; Clemente, A. Decisões financeiras e análise de investimentos: fundamentos, técnicas e aplicações. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2009. Capítulos 8 e 9. Casaroto Filho, N. Análise de investimentos: manual para solução de problemas e tomadas de decisão. 12ª ed. São Paulo: Atlas, 2020. Capítulo 15.
11	30-mai	Análise de substituição de equipamentos	Souza, A.; Clemente, A. Decisões financeiras e análise de investimentos: fundamentos, técnicas e aplicações. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2009. Capítulo 11. Casaroto Filho, N. Análise de investimentos: manual para solução de problemas e tomadas de decisão. 12ª ed. São Paulo: Atlas, 2020. Capítulo 11.
12	6-jun	Prática: - Estudo de caso 1	
13	13-jun	Prática: - Estudo de caso 2	
14	20-jun	Prática: - Estudo de caso 3	
15	27-jun	Prática: - Estudo de caso 4	
16	4-jul	SEGUNDA AVALIAÇÃO INDIVIDUAL	
17	11-jul	PROVA FINAL	

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:



1. LEMES JUNIOR, A. B.; CHEROBIM, A. P. M. S.; RIGO, C. M. 2. ed. **Administração financeira: princípios, fundamentos e práticas brasileiras.** Rio de Janeiro: Campus, 2005.
2. SOUZA, A.; CLEMENTE, A. **Decisões financeiras e análise de investimentos: fundamentos, técnicas e aplicações.** 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.
3. CASAROTO FILHO, N. **Análise de investimentos: manual para solução de problemas e tomadas de decisão.** 12ª ed. São Paulo: Atlas, 2020.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

1. BERNESTEIN, P. L. **Desafio aos deuses: a fascinante história do risco.** 3. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1997.
2. BREALEY, R. A.; MYERS, S. C.; Allen, F. **Princípios de finanças corporativas.** 12ª ed. Porto Alegre: AMGH, 2018.
3. COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS. **Mercado de valores mobiliários brasileiro.** 4ª ed. Rio de Janeiro: CVM, 2019
4. DAMODARAN, A. **Avaliação de investimentos: ferramentas e técnicas para a determinação do valor de qualquer ativo.** Tradução: Bazan Tecnologia e Lingüística. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1997.
5. DIXIT & PINDYCK. **Investment under uncertainty.** Princeton University Press, 1993.
6. FORTUNA, E. **Mercado financeiro - produtos e serviços.** 22ª ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2020.
7. GUNTHER, M. **Os axiomas de Zurique.** 2. ed. São Paulo: Record, 1995.
8. LEMES JR. A. B. **Gestão financeira nas pequenas empresas.** In: Manual de Gestão de Empresas. Sérgio Bulgacov. São Paulo. Atlas. 1999.
9. MIRANDA, V. A. M. de; PAMPLONA, E. de O. **Análise de projetos em condição de risco com a utilização da Arbitrage Pricing Theory (APT) uma aplicação no setor energético.** In **Revista de Administração da Universidade de São Paulo** vol 35, número 3, julho/setembro 2000.
10. ROSS, S. A.; WESTERFIELD, R. W.; JAFFE, J. F. **Administração financeira: corporate finance.** São Paulo: Atlas, 1995. 14. ROSS, S. A., WESTERFIELD, R.;
11. SECURATO, J. R. **Decisões financeiras em condição de risco.** São Paulo: Atlas, 1996.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE

Coordenação do Curso de ou Departamento
de

Ficha 2 (variável)

Disciplina: TÓPICOS ESPECIAIS DE ADMINISTRAÇÃO DE PESSOAS	Código: SA079	M1
---	---------------	----

Natureza:

Obrigatória Semestral Anual Modular
 Optativa

Pré-requisito: x Co-requisito: x Modalidade: Totalmente Presencial Totalmente EAD Parcialmente EAD: _____ *CH

CH Total: 60h

CH Semanal:
4h

Prática como
Componente
Curricular
(PCC):x

Padrão
(PD): x

Laboratório
(LB): x

Campo
(CP): sim

Estágio
(ES): x

Orientada
(OR): sim

Prática
Específica
(PE): x

Estágio de
Formação
Pedagógica
(EFP):x

Atividade
Curricular de
Extensão
(ACE):x

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Organização do Empreendimento Empresarial. Estrutura Organizacional. Plano de Cargos e Carreira. Remuneração. Dimensionamento do Quadro de Pessoal. Recrutamento e Seleção. Avaliação de Desempenho. Treinamento e Desenvolvimento de Pessoal. Tendências para a Gestão de Pessoas.

Observação: A presente disciplina visa proporcionar aos alunos a vivência de uma situação prática, por meio da análise sistêmica da dinâmica e do modelo de gestão de uma empresa. Ela permite a visão integrada e sistêmica de todos os elementos de sua gestão. Envolverá, também, um processo diagnóstico e a proposição de solução para problemas reais. Embora o foco seja sobre a gestão de pessoas, esta não faz sentido se não for compreendida de modo conectado e interativo com outras atividades de gestão da empresa, e, principalmente, com os objetivos e resultados da organização. A metodologia adotada é baseada nos critérios e análise diagnóstica utilizados, de forma real, pela Prêmio Nacional da Qualidade (FNQ, 2009) e no MEG – Modelo de Excelência em Gestão.

Trata-se de um modelo sistêmico que aborda várias atividades e componentes da gestão das empresas, como veremos. Todos esses aspectos serão abordados, uma vez que estão integrados, mas serão enfatizados os seguintes aspectos (ligados à administração de pessoas): liderança, gestão de pessoas/recursos humanos e maturidade da gestão.

PROGRAMA

- o Definição da empresa que será estudada e para quem será realizado um diagnóstico e propostas de melhorias
- o Levantamento de informações sobre a empresa e setor.
- o Mapa da organização e seu ambiente.
- o Diagnóstico global: nível de maturidade da gestão. Foco em aspectos de gestão de pessoas e liderança (entre outros).
- o Plano de investigação. Foco em aspectos de gestão de pessoas e liderança (entre outros).
- o Avaliação das práticas de gestão e resultados da organização
- o Plano de Melhorias. Foco em aspectos de gestão de pessoas e liderança (entre outros).

O programa detalhado, aula a aula, é apresentado mais abaixo.

OBJETIVO GERAL

Capacitar os alunos a desenvolverem um Projeto Integrado os Subsistemas de Recursos Humanos, utilizando técnicas e conceitos apropriados a um caso prático e ainda estudar as tendências para a Gestão de Pessoas.

A presente disciplina visa proporcionar aos alunos a vivência de uma situação prática, por meio da análise sistêmica da dinâmica e do modelo de gestão de uma empresa. Ela permite a visão integrada e sistêmica de todos os elementos de sua gestão. Envolverá, também, um processo diagnóstico e a proposição de solução para problemas reais. Embora o foco seja sobre a gestão de pessoas, esta não faz sentido se não for compreendida de modo conectado e interativo com outras atividades de gestão da empresa, e, principalmente, com os objetivos e resultados da organização. A metodologia adotada é baseada nos critérios e análise diagnóstica utilizados, de forma real, pela Prêmio Nacional da Qualidade (FNQ, 2009) e no MEG – Modelo de Excelência em Gestão.

Trata-se de um modelo sistêmico que aborda várias atividades e componentes da gestão das empresas, como veremos. Todos esses aspectos serão abordados, uma vez que estão integrados, mas serão enfatizados os seguintes aspectos (ligados à administração de pessoas): liderança, gestão de pessoas/recursos humanos e maturidade da gestão.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Levantar informações do ambiente interno e externo da organização estudada/escolhida,

Realizar análise do nível de maturidade da gestão da empresa.

Identificar pontos críticos e que podem requerer ações de melhoria. F **oco em aspectos de gestão de pessoas e liderança** (entre outros).

Realizar coleta complementar de informações e análise dos pontos críticos identificados e identificar nexos com resultados organizacionais.

Analisar os dados e informações complementares, elaborando possíveis ações de melhoria.

Propor ações de melhoria.

Enumerar as implicações para gestão de pessoas.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

- Os encontros serão presenciais (conforme programa detalhado a seguir), ao longo de quinze semanas.
- Com base no modelo apresentado em sala (ver a seguir programação detalhada), os alunos irão analisar uma empresa, explorando os conteúdos dos relatórios previstos.
- Os participantes levantarão as informações requeridas sobre a empresa escolhida.
- Nos encontros serão realizados: informações e orientações sobre o trabalho, apresentações dos andamentos e feedback.
- As reuniões de orientação serão grupo a grupo, e previamente agendadas.
- Serão realizadas atividades apresentadas pelo professor (conforme material e roteiro previamente disponibilizados).
- Haverá uma vídeo aula explicativa sobre os objetivos e dinâmica do curso. Ela poderá ser vista na primeira aula presencial ou quando os alunos e alunas precisarem tirar as suas dúvidas.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

Apresentações e participações nas reuniões de orientação grupo a grupo 10%

Prova bimestral 20%

Apresentação final 20%

Relatório completo entregue ao final do curso em forma digital, na última aula (com todas as etapas completas e detalhadas conforme o material disponibilizado pelo professor) 50%

Observação: nas apresentações espera-se a participação de todos os integrantes do grupo, que deverá ter no máximo cinco integrantes

PROGRAMAÇÃO DETALHADA DO CURSO (AULA A AULA)

Aula	Data	Atividades	Observações, recursos, materiais didáticos
1	13/03	Apresentação sobre o curso e metodologia, divisão dos grupos. Definição das empresas. Modelo diagnóstico e analítico utilizado. Implicações para gestão de pessoas.	Material da metodologia apresentada, slides e vídeo introdutório
2	20/03	Reuniões/orientações e apresentações sobre Relatório 1 (grupo a grupo agendado). Definir empresa, uma primeira visão geral, e trazer dúvidas sobre o relatório 1, trazer primeiras informações sobre o relatório 1	Material da metodologia apresentada (atividades e relatórios a serem desenvolvidos, bem como estrutura)

3	27/03	Reuniões/orientações e apresentações sobre Relatório 1 (grupo a grupo agendado)	
4	03/04	Reuniões/orientações e apresentações sobre Relatório 2 (<u>apenas resultados</u>)	Material da metodologia apresentada (atividades e relatórios a serem desenvolvidos, bem como estrutura)
5	10/04	Reuniões/orientações e apresentações sobre Relatório 2 (grupo a grupo agendado) – Questionário e resultados maturidade da gestão	Material da metodologia apresentada (atividades e relatórios a serem desenvolvidos, bem como estrutura)
6	17/04	Reuniões/orientações e apresentações sobre Relatório 3 (grupo a grupo agendado) Continuação relatório 2 nível de maturidade Exercícios simulação e identificação de temas prioritários (relevância x desempenho)	Material da metodologia apresentada (atividades e relatórios a serem desenvolvidos, bem como estrutura)
7	24/04	Prova bimestral	Material da metodologia apresentada (atividades e relatórios a serem desenvolvidos, bem como estrutura)
8	08/05	Reuniões/orientações e apresentações sobre Relatório 3 (grupo a grupo agendado) Exercícios relações de causalidade	
9	15/05	Reuniões/orientações e apresentações sobre relatório 3 e Relatório 4 (grupo a grupo agendado) Exercício design thinking	Material da metodologia apresentada
10	22/05	Semana reservada para levantamentos de campo e desenvolvimento do relatório 5 e relatório final	
11	29/05	Semana reservada para levantamentos de campo e desenvolvimento do relatório 5 e relatório final	
12	05/06	Apresentações de drafts sobre Relatório 5 (grupo a grupo agendado) – Prof. Abib Metas: empregando a técnica SMART	Material da metodologia apresentada (atividades e relatórios a serem desenvolvidos, bem como estrutura)
13	12/06		

14	26/06	Reuniões/orientações e apresentações sobre Relatório 5 (grupo a grupo agendado) – Relatorio 5 mais completo Revisar metas (técnica SMART), incluir planejamento de ações	Material da metodologia apresentada (atividades e relatórios a serem desenvolvidos, bem como estrutura)
15	03/07	Apresentação final para a classe Entrega do relatório fina	A apresentação deverá destacar o plano de melhorias e implicações para a área de gestão de pessoas

EXAME

Exame BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

FNQ (Fundação Nacional da Qualidade). Critérios “Rumo à Excelência 2009”.

FNQ. São Paulo, 2009. FNQ (Fundação Nacional da Qualidade). Critérios de Excelência 2009.

FNQ. São Paulo, 2009.

CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de pessoas. São Paulo: Atlas, 2000.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

1. ASSIS, Marcelino Tadeu. Indicadores de gestão de recursos humanos. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2005.

2. BOOG, Gustavo (coord). Manual de treinamento e desenvolvimento. São Paulo: Makron Books, 1995.

3. CARVALHO, A. V.; NASCIMENTO, L. P. Administração de recursos humanos. Vol 1 e 2. São Paulo: Pioneira, 1993.

4. CHIAVENATO, Idalberto. Administração de empresas. São Paulo: McGraw-Hill, 1987.

5. Gerenciando pessoas. São Paulo: Prentice Hall, 2002.



Documento assinado eletronicamente por **GERMANO GLUFKE REIS, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 18/02/2025, às 04:54, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7506646** e o código CRC **AB8B6E92**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Coordenação do Curso de ou Departamento de Administração

Ficha 2 (variável)

Disciplina: ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA Código: SA109

Natureza:
 Obrigatória
 Optativa
 Semestral
 Anual
 Modular

Pré-requisito: Co-requisito: Modalidade: Totalmente Presencial Totalmente EAD Parcialmente EAD: 48 *CH 12 presencial

CH Total: 60							
CH Semanal: 04							
Prática como Componente Curricular (PCC):	Padrão (PD): 60	Laboratório (LB):	Campo (CP):	Estágio (ES):	Orientada (OR):	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):
Atividade Curricular de Extensão (ACE):							

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Conceito de planejamento e administração estratégica. Os dirigentes e as unidades estratégicas. As diferentes abordagens sobre administração estratégica. A análise estratégica ambiental e interna. Lidando com estrutura, sistemas, processos, cultura, poder e mudança. A formação e a formulação da estratégia. Acompanhamento do processo estratégico.

PROGRAMA

1. Fundamentos Conceituais e Históricos da Administração Estratégica

- a) Conceitos e principais abordagens em estratégia
- b) Origem, nascimento e desenvolvimento da administração estratégica

2. Conteúdo Estratégico

- a) Introdução à Administração estratégica
- b) O ambiente externo: oportunidades, ameaças, competição na indústria e análise dos concorrentes
- c) O ambiente interno: recursos, capacitações e competências essenciais
- d) Estratégia no nível de negócios
- e) Estratégia no nível corporativo
- f) Estratégias de Diversificação
- g) Estratégias de aquisição, fusão e reestruturação
- h) Estratégias de cooperação
- i) Estratégias de internacionalização

3. Processo Estratégico

- a) Implementação estratégica
- b) Resultados estratégicos

OBJETIVO GERAL

Apresentar fundamentos conceituais, teóricos e práticos da administração estratégica.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Apresentar conceitos e teorias do campo da administração estratégica.

Apresentar ferramentas de análise do ambiente interno e externo no contexto da administração estratégica.

Definir e comparar tipos de estratégias em nível competitivo e corporativo.

Descrever desafios associados à implementação estratégica e à mensuração de resultados estratégicos.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A Metodologia de Ensino será na modalidade híbrida (predominantemente EAD com aula inicial e prova semestral presencial).

As aulas assíncronas serão disponibilizadas na TEAMS.

Procedimentos didáticos para o momento à distância:

a. Sistema de Comunicação:

O principal canal de comunicação será a TEAMS, ambiente institucional de gestão da aprendizagem e trabalho colaborativo, permitindo a realização de atividades a distância.

Na TEAMS estarão disponíveis os textos (apostila da disciplina e outros textos de apoio), videoaulas de *microlearning* e atividades. Por meio da TEAMS cada estudante também receberá retorno sobre o seu desempenho, bem como orientações e trocas de informações complementares, relativas aos conteúdos abordados e atividades a serem desenvolvidas.

b. Material didático específico:

Os materiais didáticos serão utilizados pelo aluno para a consecução dos objetivos da disciplina. Tais materiais serão diversificados e terão origem de distintas fontes, a saber:

1. Apostila da disciplina: material didático de autoria pelas docentes, o qual contempla uma visão geral de cada unidade didática, expondo conceitos-chave e aspectos relevantes dos temas, além de exemplos.
2. Guia de atividades: para cada aula será elaborada uma ou mais atividades específicas a respeito de cada unidade didática.
3. Videoaulas: produzidas pelas docentes no formato *microlearning*, a fim de proporcionar uma síntese audiovisual de cada tema estudado.
4. Disponibilização de Links externos: vídeos ou reportagens relacionadas com o tema de cada aula.
5. Artigos acadêmicos.
6. Livros da bibliografia básica: os quais podem ser acessados na biblioteca da UFPR.

c. Modelo de tutoria:

A tutoria será realizada pelas docentes, de forma virtual. Conforme a legislação da UFPR, o professor-tutor possui capacitação em EaD ou experiência comprovada para atuar em programas de EaD e deve destinar carga horária específica para momentos presenciais e a distância.

d. Atribuições do professor-tutor:

Desenvolver, aplicar e acompanhar as atividades dos discentes, conforme o cronograma do curso; manter regularidade de acesso ao TEAMS e dar retorno às solicitações do cursista no prazo máximo de 24 horas; estabelecer contato permanente com os alunos e mediar as atividades discentes; realizar a avaliação dos estudantes; participar das atividades de capacitação e atualização promovidas pela UFPR.

e. Previsão de período de ambientação dos recursos tecnológicos a serem utilizados pelos discentes:

A primeira semana da disciplina será dedicada para a ambientação dos alunos à plataforma e aos recursos tecnológicos a serem utilizados.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A nota semestral da disciplina será composta da seguinte maneira:

1. 01 atividade individual – 30 pontos
2. 01 atividade em equipe – 20 pontos
3. Prova individual presencial – 50 pontos

AVALIAÇÃO:

30 pontos (atividade individual) + 20 pontos (atividade em equipe) + 50 pontos (prova presencial) = 100

A média semestral do aluno resultará do somatório das atividades individuais e em equipe, e da nota da prova escrita.

Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado.

Se estiver entre 40 e 69 o aluno deverá fazer Exame Final.

Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o aluno estará reprovado.

IMPORTANTE: A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h).

Sobre a FREQUÊNCIA:

A frequência da disciplina é aferida por meio da entrega de atividades assíncronas indicadas pelas docentes no material didático da disciplina e presença na prova semestral. A cada aula à distância corresponde um questionário de autoavaliação a ser preenchido pelos discentes, o qual contabiliza a frequência semanal.

A disciplina está alocada na grade horária às sextas-feiras; a entrega da atividade para controle de frequência (questionário de autoavaliação) deve ser realizada até a quinta-feira anterior à próxima aula. O prazo de entrega da atividade de controle de frequência é, portanto, de 7 (sete) dias.

Serão atribuídas 4 (quatro) faltas^[1] ao aluno que não realizar a atividade para controle de frequência (questionário de autoavaliação) correspondente às semanas de aula EAD até a prazo estabelecido no cronograma.

A falta na prova semestral presencial corresponde a 4 faltas.

FREQUÊNCIA:
15 semanas x 4 = 60 horas

Observação: controle de frequência é distinto da atribuição da nota.

A resolução da atividade para controle de frequência (questionário de autoavaliação) não contabilizará na nota na disciplina. A nota será atribuída de acordo com o desempenho do aluno nas atividades avaliativas: uma individual, uma em equipe e uma prova individual presencial.

Sobre a ENTREGA ATRASADA DE ATIVIDADES que compõem a nota semestral:

Durante o semestre o aluno terá duas atividades individuais e uma atividade em equipe. A data para a entrega de cada atividade está estipulada no calendário do curso e no cronograma de aulas, e será rigorosamente respeitada.

As atividades avaliativas que forem entregues FORA da data estipulada não serão aceitas, com exceção dos casos formais de pedido de segunda chamada que devem ser solicitados DIRETAMENTE AOS DOCENTES em até 5 (cinco) dias úteis após a data da avaliação, conforme as regras da Resolução 37/97 CEPE e da Resolução 54/09 CEPE, a saber:

SEÇÃO V

Da Segunda Chamada

Art. 106 - É assegurado o direito à segunda chamada ao aluno que não tenha comparecido à avaliação do rendimento escolar, (...) nos casos e condições constantes neste artigo.

§ 1º - Considera-se impedimento do aluno para comparecer à avaliação:

- a) exercícios ou manobras efetuadas na mesma data em virtude de matrícula no NPOR (Lei nº 4375, de 17.08.64), devidamente comprovadas por atestado da unidade militar;*
- b) internamento hospitalar devidamente comprovado pelo hospital;*
- c) (Alterada pela Resolução nº 54/09-CEPE aprovada em 25 de setembro de 2009: "doença comprovadamente impeditiva do comparecimento, confirmada por um atestado emitido por profissional da área de saúde".)*
- d) luto pelo falecimento de parentes ou afins em linha reta e de colaterais até o segundo grau, comprovável pelo correspondente atestado de óbito;*
- e) convocação, com coincidência de horário, para depoimento judicial, policial ou assemelhado, devidamente comprovado;*
- f) convocação, com coincidência de horário, devidamente comprovada, para eleições em entidades oficiais;*
- g) viagem propiciada por convênio da UFPR, devidamente comprovada.*
- h) participação, devidamente comprovada, em atividades previstas nos artigos 81 e 82 desta Resolução.*

§ 2º - (Alterada pela Resolução nº 54/09-CEPE aprovada em 25 de setembro de 2009): § 2º O aluno ou seu representante deverá requerer ao docente responsável pela disciplina ou ao departamento a segunda chamada no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados a partir da data da realização da avaliação do rendimento escolar, apresentando a documentação comprobatória correspondente, devendo o docente ou o departamento manifestar-se no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis, sendo que nos casos previstos no § 1º deste artigo que impliquem em viagens, os 5 (cinco) dias úteis para requerimento serão contados a partir do retorno do aluno."

§ 3º - (Alterada pela Resolução nº 54/09-CEPE aprovada em 25 de setembro de 2009.): Deferido o requerimento, o docente ou o departamento fixará em edital, o local, a data e o conteúdo da avaliação de segunda chamada, com, no mínimo, 5 (cinco) dias úteis de antecedência."

^[1] Cada aula corresponde a 4 faltas porque são 60h semestre/15 semanas = 4h/semana.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

BARATTER, M. A. S.; MATITZ; Q. R. S. **Administração estratégica**: apostila da disciplina. Curitiba: UFPR, 2020.

HITT, M. A.; IRELAND, R. D.; HOSKISSON, R. E. **Administração estratégica**. 3ª ed. brasileira (tradução da 10 ed. norte-americana). São Paulo: Cengage Learning, 2014.

VIZEU, F.; GONÇALVES, S. A. **Pensamento estratégico**: origens, princípios e perspectivas. São Paulo: Atlas, 2010.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

BARNEY J. B.; HESTERLY W. S. **Administração estratégica e vantagem competitiva**: conceitos e casos. 3ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

JOHNSON, G.; SCHOLE, K. WHITTINGTON, R. **Explorando a Estratégia Corporativa**: textos e casos. Porto Alegre: Bookman, 2007.

JOHNSON, G.; SCHOLE, K. WHITTINGTON, R. **Fundamentos de estratégia**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

MINTZBERG, H.; LAMPEL, J.; QUINN, J. B.; GOSHAL, S. **O processo da estratégia**: conceitos, contextos e casos selecionados. 4ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

PORTER, Michael E. **Estratégia competitiva**. Rio de Janeiro: Campus, 1980.

CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO DETALHADO DAS AULAS

Início da disciplina no mês de março/25, dia da semana na grade horária: segunda-feira
nº de semanas letivas: 15 semanas + semana de exame final

SEMANA 01 - 04h - AULA 01 - 10/03/25 A 14/03/25

SEMANA DE AMBIENTAÇÃO: na segunda 10/03/25 - encontro presencial (manhã – 7h30)

Semana dedicada ao primeiro encontro presencial, aos ajustes necessários de inscrição na disciplina, ao esclarecimento dúvidas de acesso dos alunos e ao atendimento de demandas operacionais.

Entrega de atividade substitutiva para alunos faltantes na primeira aula: 14/03/25

SEMANA 02- 04h - AULA 02 - 17/03/25 a 21/03/25

Origem, nascimento e desenvolvimento da Administração Estratégica

Leitura Obrigatória: BARATTER, M. A. S.; MATITZ; Q. R. S. Apostila de ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA: UNIDADE 1.

Leitura Complementar: CAPÍTULO de 1 a 4 de Vizeu e Gonçalves (2010), pp. 5-65

Entrega do questionário de auto-avaliação: 21/03/25

SEMANA 03 - 04h – AULA 03 - 24/03/25 a 28/03/25

Conceito e Principais Abordagens em Estratégia

Leitura Obrigatória: BARATTER, M. A. S.; MATITZ; Q. R. S. Apostila de ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA: UNIDADE 2.

Leitura Complementar: CAPÍTULO 1 de Mintzberg e outros (2006), pp. 24-39.

Leitura Complementar: CAPÍTULO 5 de Vizeu e Gonçalves (2010), pp. 71-81. Entrega do questionário de auto-avaliação: 28/03/25

SEMANA 04 - 04h – AULA 04 - 31/03/25 a 04/04/25

Introdução a Administração Estratégica: conceitos gerais e o ambiente externo

Leitura Obrigatória: A. S.; MATITZ; Q. R. S. Apostila de ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA: UNIDADE 3.

Leitura Complementar: CAPÍTULO 1 e 2 de Hitt, Ireland, Hoskisson (2014), pp. 03-61.

Entrega do questionário de auto-avaliação: 04/04/25

SEMANA 05 - 04h – AULA 05 - 07/04/25 a 11/04/25

Ambiente Externo: Análise da Indústria

Leitura Obrigatória: BARATTER, M. A. S.; MATITZ; Q. R. S. Apostila de ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA: UNIDADE 4.

Leitura Complementar: CAPÍTULO 2 de Hitt, Ireland, Hoskisson (2014), pp. 48-57.

Leitura Complementar: CAPÍTULO 1 de Porter, M. E. Estratégia competitiva (1980), pp. 03-35.

Leitura Complementar: CAPÍTULO 6 de Vizeu e Gonçalves (2010), pp. 83-96.

Entrega do questionário de auto-avaliação: 11/04/25

SEMANA 06 - 04h – AULA 06 - 14/04/25 a 25/04/25

Ambiente Organizacional: Análise do Ambiente Interno (VBR)

Leitura Obrigatória: BARATTER, M. A. S.; MATITZ; Q. R. S. Apostila de ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA: UNIDADE 5.

Leitura Complementar: CAPÍTULO 3 de Hitt, Ireland, Hoskisson (2014), pp. 63-86

Entrega do questionário de auto-avaliação: 25/04/25

SEMANA 07 - 04h – AULA 07 - 28/04/24 a 02/05/25

Estratégia no nível de negócios (estratégias competitivas)

Leitura Obrigatória: BARATTER, M. A. S.; MATITZ; Q. R. S. Apostila de ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA: UNIDADE 6.

Leitura Complementar: CAPÍTULOS 4 e 5 de Barney e hesterly (2011).

Leitura Complementar: CAPÍTULO 4 de Hitt, Ireland, Hoskisson (2014), pp. 89-115

Entrega do questionário de auto-avaliação: 02/05/25

SEMANA 08 - 04h – AULA 08 - 05/05/25 a 09/05/25

Semana de entrega da Atividade Avaliativa 01 (individual)

Prazo de entrega da atividade avaliativa 01 (individual): 09/05/25

SEMANA 09 - 04h – AULA 09 - 12/05/25 a 16/05/25

Estratégia no nível corporativo: Diversificação

Leitura Obrigatória: BARATTER, M. A. S.; MATITZ; Q. R. S. Apostila de ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA: UNIDADE 7.

Leitura Complementar: CAPÍTULO 6 de Hitt, Ireland, Hoskisson (2014), pp. 146-166.

Entrega do questionário de auto-avaliação: 16/05/25

SEMANA 10 - 04h – AULA 10 - 19/05/25 a 23/05/25

Estratégias de aquisição, de fusão e de reestruturação

Leitura Obrigatória: BARATTER, M. A. S.; MATITZ; Q. R. S. Apostila de ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA: UNIDADE 8.

Leitura Complementar: CAPÍTULO 7 de Hitt, Ireland, Hoskisson (2014), pp. 167-192.

Entrega do questionário de auto-avaliação: 23/05/25

SEMANA 11 - 04h - AULA 11 - 26/05/25 a 30/05/25

Estratégias de Internacionalização

Leitura Obrigatória: BARATTER, M. A. S.; MATITZ; Q. R. S. Apostila de ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA: UNIDADE 9.

Leitura Complementar: CAPÍTULO 8 e 9 de Hitt, Ireland, Hoskisson (2014), pp. 193-250

Entrega do questionário de auto-avaliação: 30/05/25

SEMANA 12 - 04h – AULA 12 - 02/06/25 a 06/06/25

Estratégias de Cooperação

Leitura Obrigatória: BARATTER, M. A. S.; MATITZ; Q. R. S. Apostila de ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA: UNIDADE 10.

Leitura Complementar: CAPÍTULO 8 e 9 de Hitt, Ireland, Hoskisson (2014), pp. 193-250. Entrega do questionário de auto-avaliação: 06/06/25

SEMANA 13 - 04h – AULA 13 - 09/06/25 a 13/06/25

Implementação e Resultados Estratégicos

Leitura Obrigatória: BARATTER, M. A. S.; MATITZ; Q. R. S. Apostila de ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA: UNIDADE 11.

Entrega do questionário de auto-avaliação: 13/06/25

SEMANA 14 - 04h – AULA 14 - 16/06/25 a 20/06/25

Semana de entrega da Atividade Avaliativa 02 (em equipe)

Prazo de entrega da atividade avaliativa 02 (em equipe): 20/06/25

SEMANA 15 - 04h – AULA 15 - 23/06/25

PROVA PRESENCIAL 7h30 manhã

EXAME FINAL PRESENCIAL 7h30 manhã, 07/07/25

Documento assinado eletronicamente por **QUEILA REGINA SOUZA MATITZ, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 18/02/2025, às 14:50, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7507663** e o código CRC **57C3B179**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
 UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
 SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO GERAL E
 APLICADA

COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Análise das Organizações				Código:SAOB02			
Natureza: (X) Obrigatória () Optativa		Modular (X) Semestral () Anual ()					
Pré-requisito: nenhum		Co-requisito: nenhum		Modalidade: (X) Totalmente Presencial () Totalmente EAD () Parcialmente EAD: _____ *CH			
CH Total: 60 CH Semanal: 04 Prática como Componente Curricular (PCC): Atividade Curricular de Extensão (ACE):	Padrão (PD): 45h/3h semana	Laboratório (LB):	Campo (CP):	Estágio (ES):	Orientada (OR):15h total/1h semanal	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):

EMENTA

Origens do estudo das organizações. Componentes analítico-operacionais das organizações. Aspectos contemporâneos das organizações. Perspectivas teóricas em organizações.

PROGRAMA

1. Organizações modernas: quando surgem e como se caracterizam?
2. Organização formal: princípios burocráticos e profissionais
3. Autoridade: fundamentos da agregação organizacional
4. O reconhecimento do ambiente: o reconhecimento fundante da organização como um sistema aberto
5. A estruturação da organização: uma introdução aos seus principais elementos
6. A estruturação da organização: trabalhando autoridade e controle
7. A estruturação da organização: as configurações estruturais
8. Estratégia e estrutura: uma relação clássica na Teoria Organizacional
9. Novas formas organizacionais e o olhar da Teoria das Organizações
10. As organizações vistas como cérebros: o papel da tomada de decisão, da tecnologia, do conhecimento e da aprendizagem na compreensão das organizações
11. Organizações e mudança: o imperativo da transformação no fazer organizacional
12. Organizações e sociedade: o imperativo da imersão social no fazer organizacional

COMPETÊNCIAS HUMANAS (CH):

comunicação, liderança, cooperação, adaptação, ética e respeito

- Competência de reconhecer e aplicar princípios éticos nas relações pessoais, organizacionais e Inter organizacionais (CH6)

COMPETÊNCIAS ANALÍTICO-DECISÓRIAS (CAD): gestão de recursos, tomada de decisão, conhecimento teórico e prático, reconhecimento de oportunidades e solução de problemas organizacionais e ambientais, realização de diagnóstico e avaliação de impacto, inovação, pensamento lógico e crítico

- Competência na gestão de recursos e integração de tecnologias adequadas a diferentes oportunidades, problemas e contextos organizacionais (CAD1)
- Competência de tomar decisões fundamentadas em conhecimento teórico e prático multi e interdisciplinar (CAD2)
- Competência de reconhecer e solucionar problemas organizacionais, mercadológicos e sociais (CAD3)
- Competência de reconhecer e considerar a influência positiva e negativa de diferentes tipos de ambientes e contextos regionais, nacionais e internacionais sobre ações e decisões organizacionais (CAD5)
- Competência de contribuir para o aumento do conhecimento no campo da administração (CAD7)
- Competência de analisar lógica e criticamente os contextos, problemas e oportunidades organizacionais, mercadológicos e sociais (CAD8)
- Competência de reconhecer e aproveitar oportunidades de atuação organizacional na solução e aperfeiçoamento das condições sociais, econômicas e ambientais (CAD9)

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina será conduzida por meio de Leitura, Apresentação de Conceitos, estudos de caso e Debate a serem desenvolvidos pelo professor e pelos alunos de acordo com a programação das aulas. A turma será dividida em grupos de trabalho para resolução de trabalhos em sala e de pesquisa para apresentação. A aula será conduzida de acordo com os seguintes momentos:

1. Apresentação dos conceitos norteadores a partir dos textos de referência listados nesse Programa;
2. Discussão dos textos de leitura obrigatória que devem ser lidos por todos os alunos para todas as aulas;
3. Resolução de situações problemas propostos pela professora;
4. Pesquisa e apresentação das temáticas selecionadas pela professora.

Os materiais da disciplina (com exceção dos textos de livros, os quais possuem direitos autorais) estão disponíveis na sala da turma na UFPR Virtual.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A escala de avaliação se dará de acordo com os seguintes valores:

Primeiro Bimestre	
Prova 1	40%
Atividades e estudos de caso	30%
Trabalho de pesquisa	30%
Segundo Bimestre	
Prova 2	40%
Atividades e estudos de caso	30%
Trabalho de pesquisa	30%

São dispensados de exame final os alunos que conseguirem aproveitamento de 70% no valor da avaliação da disciplina e a frequência mínima exigida pela legislação da UFPR.

IMPORTANTE 1: atividades desenvolvidas em sala de aula não terão reposição. Em caso de falta, o aluno perde o direito de realizá-la, entregá-la, obter correção e nota do que perdeu.

IMPORTANTE 2: a frequência mínima exigida na disciplina é de 75%. Não há negociação sobre esse critério, abono de faltas ou substituição da presença por qualquer outro tipo de atividade.

IMPORTANTE 3: o controle de frequência será feito em dois momentos: (1) no início da aula, que ocorre às 19:00 e (2) no início do segundo horário, as 20:50. Fora desses momentos, não serão registradas frequências de alunos que chegam tarde e/ou saem cedo.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 3 títulos)

CLEGG, S.; KORNBERGER, M.; PITSIS, T. Administração e Organizações. São Paulo: Grupo A, 2014.

DAFT, R. L. Organizações: teoria e projetos. Tradução da 11ª edição norte-americana. São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2014.

EZTIONI, A. Organizações Complexas: um estudo das organizações em face dos problemas sociais. 1 ed. São Paulo: Atlas, 1971.

JONES, G. R. Teoria das Organizações. 6. Ed. São Paulo: Pearson Education, 2010.

MINTZBERG, H. Criando organizações eficazes. 2ª ed. São Paulo: Editora Atlas, 2003.

MORGAN, G. Imagens da Organização. São Paulo: Editora Atlas, 2010.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 5 títulos)

BARNARD, C. I. As Funções do Executivo. Lisboa: Edições Sílabo, 2019.

BLAU, P.; SCOTT, W. R. Organizações formais. São Paulo: Atlas, 1970.

CALDAS, M.; FACHIN, R.; FISCHER, T. Handbook de estudos organizacionais (volumes 1, 2, 3). São Paulo: Atlas, 1999.

CHANDLER, A. Strategy and Structure: chapters in the History of the American Industrial Enterprise. Cambridge: The MIT Press, 1962.

CRUBELLATE, J. Ambiente organizacional. São Paulo: Cengage, 2008.

HALL, R. Organizações: estrutura, processos e resultados. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

KALBERG, S. Max Weber: Uma introdução. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

PRESTES-MOTTA, F. C.; BRESSER-PEREIRA, L. C. Introdução à organização burocrática. São Paulo: Brasiliense, 1981.

SCOTT, W. R.; DAVIS, G. F. Organizations and Organizing: Rational, Natural and Open Systems Perspectives. Upper Saddle

River, NJ: Prentice Hall, 2007.

SELZNICK, P. A liderança na administração. Rio de Janeiro: FGV, 1971.

SIMON, H.; MARCH, J. Teoria das organizações. Rio de Janeiro: FGV, 1967.

WEBER, M. A ética protestante e o espírito do capitalismo. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

WEBER, M. A gênese do capitalismo moderno. São Paulo: Ática, 2006.

Cronograma / Datas de provas / Exames

Aula	Data	Conteúdo	Textos de Referência do Conteúdo
1	11/03	Introdução ao entendimento das organizações modernas	DAFT (2014). – Capítulo 1
2	18/03	Organização formal: princípios burocráticos e profissionais	<i>Leitura:</i> PRESTES-MOTTA; BRESSER-PEREIRA, (1981) – Capítulo 1 THIRY-CHERQUES, HERMANO ROBERTO (2009)
3	25/03	Fundamentos da estrutura organizacional	<i>Leitura:</i> DAFT (2014) – Capítulo 2
4	01/04	O reconhecimento do ambiente: o reconhecimento fundante da organização como um sistema aberto	<i>Leitura:</i> DAFT (2014) – Capítulo 6
5	08/04	Estratégia e eficácia	<i>Leitura:</i> DAFT (2014) – Capítulo 3
6	15/04	A estruturação da organização: as configurações estruturais (1)	<i>Leitura:</i> MINTZBERG (2008) – Caps 8, 9 e 10
7	22/04	A estruturação da organização: as configurações estruturais (2)	<i>Leitura:</i> MINTZBERG (2008) – Caps 11 e 12
8	29/04	Prova 1	Entrega do Trabalho de pesquisa Todo conteúdo do bimestre, sem consulta a nenhum tipo de material.
9	06/05	Introdução às Metáforas Organizacionais Revisão 1ºBimestre	<i>Leitura:</i> MORGAN (2010)
10	13/05	As organizações vistas como cérebros: o papel da tomada de decisão, da tecnologia, do conhecimento e da aprendizagem na compreensão das organizações	<i>Leitura:</i> MORGAN (2010) - Capítulo 4
11	20/05	Organizações e sociedade: o imperativo da imersão social no fazer organizacional	<i>Leitura:</i> MORGAN (2010) – Capítulo 5
12	27/05	Organizações e mudança: o imperativo da transformação no fazer organizacional	<i>Leitura:</i> MORGAN (2010) – Capítulo 8

13	03/06	Novas formas organizacionais e o olhar da Teoria das Organizações	
14	10/06	Apresentação e discussão dos trabalhos	Entrega dos trabalhos do bimestre e revisão para a prova
15	17/06	Prova	Todo conteúdo do bimestre, sem consulta a nenhum tipo de material.
	08/07	Exame	Todo o conteúdo discutido durante o semestre, sem consulta a nenhum tipo de material.



Documento assinado eletronicamente por **ANDREA TORRES BARROS BATINGA DE MENDONCA, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 19/02/2025, às 10:29, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7511296** e o código CRC **F0EAB1F6**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
 UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
 SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO GERAL E
 APLICADA

COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Análise das Organizações - MN/NM						Código: SAOB02	
Natureza: <input checked="" type="checkbox"/> Obrigatória <input type="checkbox"/> Optativa		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral Modular <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/>					
Pré-requisito: nenhum	Co-requisito: nenhum		Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Totalmente Presencial <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Totalmente EAD <input type="checkbox"/> Parcialmente EAD: _____ *CH				
CH Total: 60h CH Semanal: 4h Prática como Componente Curricular (PCC): Atividade Curricular de Extensão (ACE):	Padrão (PD): 45horas/3h semanal	Laboratório (LB):	Campo (CP):	Estágio (ES):	Orientada (OR): 15h total/1h semanal	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):

EMENTA

Origens do estudo das organizações. Componentes analítico-operacionais das organizações. Aspectos contemporâneos das organizações. Perspectivas teóricas em organizações.

PROGRAMA

1. Organizações modernas: quando surgem e como se caracterizam?
2. Organização formal: princípios burocráticos e profissionais
3. Autoridade: fundamentos da agregação organizacional
4. O reconhecimento do ambiente: o reconhecimento fundante da organização como um sistema aberto
5. A estruturação da organização: uma introdução aos seus principais elementos
6. A estruturação da organização: trabalhando autoridade e controle
7. A estruturação da organização: as configurações estruturais
8. Estratégia e estrutura: uma relação clássica na Teoria Organizacional
9. Novas formas organizacionais e o olhar da Teoria das Organizações
10. As organizações vistas como cérebros: o papel da tomada de decisão, da tecnologia, do conhecimento e da aprendizagem na compreensão das organizações
11. Organizações e mudança: o imperativo da transformação no fazer organizacional
12. Organizações e sociedade: o imperativo da imersão social no fazer organizacional

COMPETÊNCIAS HUMANAS (CH): comunicação, liderança, cooperação, adaptação, ética e respeito

- Competência de reconhecer e aplicar princípios éticos nas relações pessoais, organizacionais e Inter organizacionais (CH6)

COMPETÊNCIAS ANALÍTICO-DECISÓRIAS (CAD): gestão de recursos, tomada de decisão, conhecimento teórico e prático, reconhecimento de oportunidades e solução de problemas organizacionais e ambientais, realização de diagnóstico e avaliação de impacto, inovação, pensamento lógico e crítico

- Competência na gestão de recursos e integração de tecnologias adequadas a diferentes oportunidades, problemas e contextos organizacionais (CAD1)
- Competência de tomar decisões fundamentadas em conhecimento teórico e prático multi e interdisciplinar (CAD2)
- Competência de reconhecer e solucionar problemas organizacionais, mercadológicos e sociais (CAD3)
- Competência de reconhecer e considerar a influência positiva e negativa de diferentes tipos de ambientes e contextos regionais, nacionais e internacionais sobre ações e decisões organizacionais (CAD5)
- Competência de contribuir para o aumento do conhecimento no campo da administração (CAD7)
- Competência de analisar lógica e criticamente os contextos, problemas e oportunidades organizacionais, mercadológicos e sociais (CAD8)
- Competência de reconhecer e aproveitar oportunidades de atuação organizacional na solução e aperfeiçoamento das condições sociais, econômicas e ambientais (CAD9)

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina será conduzida por meio de Leitura, Apresentação de Conceitos, estudos de caso e Debate a serem desenvolvidos pelo professor e pelos alunos de acordo com a programação das aulas. A turma será dividida em grupos de trabalho para resolução de trabalhos em sala e de pesquisa para apresentação. A aula será conduzida de acordo com os seguintes momentos:

1. Apresentação dos conceitos norteadores a partir dos textos de referência listados nesse Programa;
2. Discussão dos textos de leitura obrigatória que devem ser lidos por todos os alunos para todas as aulas;
3. Resolução de situações problemas propostos pela professora;
4. Pesquisa e apresentação das temáticas selecionadas pela professora.

Os materiais da disciplina (com exceção dos textos de livros, os quais possuem direitos autorais) estão disponíveis na sala da turma na UFPR Virtual.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A escala de avaliação se dará de acordo com os seguintes valores:

Primeiro Bimestre	
Prova 1	40%
Atividades e estudos de caso	30%
Trabalho de pesquisa	30%
Segundo Bimestre	
Prova 2	40%
Atividades e estudos de caso	30%
Trabalho de pesquisa	30%

São dispensados de exame final os alunos que conseguirem aproveitamento de 70% no valor da avaliação da disciplina e a frequência mínima exigida pela legislação da UFPR.

IMPORTANTE 1: atividades desenvolvidas em sala de aula não terão reposição. Em caso de falta, o aluno perde o direito de realizá-la, entregá-la, obter correção e nota do que perdeu.

IMPORTANTE 2: a frequência mínima exigida na disciplina é de 75%. Não há negociação sobre esse critério, abono de faltas ou substituição da presença por qualquer outro tipo de atividade.

IMPORTANTE 3: o controle de frequência será feito em dois momentos: (1) no início da aula, que ocorre às 19:00 e (2) no início do segundo horário, às 20:50. Fora desses momentos, não serão registradas frequências de alunos que chegam tarde e/ou saem cedo

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

CLEGG, S.; KORNBERGER, M.; PITSIS, T. Administração e Organizações. São Paulo: Grupo A, 2014.

DAFT, R. L. Organizações: teoria e projetos. Tradução da 11ª edição norte-americana. São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2014.

EZTIONI, A. Organizações Complexas: um estudo das organizações em face dos problemas sociais. 1 ed. São Paulo: Atlas, 1971.

JONES, G. R. Teoria das Organizações. 6. Ed. São Paulo: Pearson Education, 2010.

MINTZBERG, H. Criando organizações eficazes. 2ª ed. São Paulo: Editora Atlas, 2003.

MORGAN, G. Imagens da Organização. São Paulo: Editora Atlas, 2010

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

BARNARD, C. I. As Funções do Executivo. Lisboa: Edições Sílabo, 2019.

BLAU, P.; SCOTT, W. R. Organizações formais. São Paulo: Atlas, 1970.

CALDAS, M.; FACHIN, R.; FISCHER, T. Handbook de estudos organizacionais (volumes 1, 2, 3). São Paulo: Atlas, 1999.

CHANDLER, A. Strategy and Structure: chapters in the History of the American Industrial Enterprise. Cambridge: The MIT Press, 1962.

CRUBELLATE, J. Ambiente organizacional. São Paulo: Cengage, 2008.

HALL, R. Organizações: estrutura, processos e resultados. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

KALBERG, S. Max Weber: Uma introdução. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

PRESTES-MOTTA, F. C.; BRESSER-PEREIRA, L. C. Introdução à organização burocrática. São Paulo: Brasiliense, 1981.

SCOTT, W. R.; DAVIS, G. F. Organizations and Organizing: Rational, Natural and Open Systems Perspectives. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 2007.

SELZNICK, P. A liderança na administração. Rio de Janeiro: FGV, 1971.

SIMON, H.; MARCH, J. Teoria das organizações. Rio de Janeiro: FGV, 1967.

WEBER, M. A ética protestante e o espírito do capitalismo. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

WEBER, M. A gênese do capitalismo moderno. São Paulo: Ática, 2006

Cronograma / Datas de provas / Exames

Aula	Data	Conteúdo	Textos de Referência do Conteúdo
1	13/03	Introdução ao entendimento das organizações modernas	DAFT (2014). – Capítulo 1
2	20/03	Organização formal: princípios burocráticos e profissionais	<i>Leitura:</i> PRESTES-MOTTA; BRESSER-PEREIRA, (1981) – Capítulo 1 THIRY-CHERQUES, HERMANO ROBERTO (2009)
3	27/03	Fundamentos da estrutura organizacional	<i>Leitura:</i> DAFT (2014) – Capítulo 2
4	03/04	O reconhecimento do ambiente: o reconhecimento fundante da organização como um sistema aberto	<i>Leitura:</i> DAFT (2014) – Capítulo 6
5	10/04	Estratégia e eficácia	<i>Leitura:</i> DAFT (2014) – Capítulo 3
6	17/04	A estruturação da organização: as configurações estruturais (1)	<i>Leitura:</i> MINTZBERG (2008) – Caps 8, 9 e 10
7	24/04	A estruturação da organização: as configurações estruturais (2)	<i>Leitura:</i> MINTZBERG (2008) – Caps 11 e 12
	01/05	Feriado	
8	08/05	Prova 1	Entrega do Trabalho de pesquisa Todo conteúdo do bimestre, sem consulta a nenhum tipo de material.

9	15/05	Introdução às Metáforas Organizacionais Revisão 1ºBimestre	<i>Leitura:</i> MORGAN (2010)
10	22/05	As organizações vistas como cérebros: o papel da tomada de decisão, da tecnologia, do conhecimento e da aprendizagem na compreensão das organizações	<i>Leitura:</i> MORGAN (2010) - Capítulo 4
11	29/05	Organizações e sociedade: o imperativo da imersão social no fazer organizacional	<i>Leitura:</i> MORGAN (2010) – Capítulo 5
12	05/06	Organizações e mudança: o imperativo da transformação no fazer organizacional	<i>Leitura:</i> MORGAN (2010) – Capítulo 8
13	12/06	Novas formas organizacionais e o olhar da Teoria das Organizações	
	19/06	Feriado (Corpus Christi)	
14	26/06	Apresentação e discussão dos trabalhos	Entrega dos trabalhos do bimestre e revisão para a prova
15	03/07	Prova	Todo conteúdo do bimestre, sem consulta a nenhum tipo de material.
	10/07	Exame	Todo o conteúdo discutido durante o semestre, sem consulta a nenhum tipo de material.

Professor da Disciplina: **Andréa Torres**

Chefe de Departamento: **Ana Paula Cherobim**



Documento assinado eletronicamente por **ANDREA TORRES BARROS BATINGA DE MENDONCA, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 19/02/2025, às 10:40, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7511375** e o código CRC **91A4667F**.

Ficha 2 (variável)

Disciplina: DIREITO EMPRESARIAL E TRIBUTÁRIO N1						Código: SAOB08		
Natureza: (X) Obrigatória () Optativa		(X) Semestral () Anual () Modular						
Pré-requisito:		Co-requisito:		Modalidade: () Totalmente Presencial () Totalmente EaD (X) Parcialmente EaD _15__*c.H.				
CH Total: 60h Prática como Componente Curricular (PCC): 00		Padrão (PD): 45h	Laboratório (LB): 00	Campo (CP): 00	Estágio (ES): 00h	Orientada (OR): 00	Prática Específica (PE): 00	Estágio de Formação Pedagógica (EFP): 00
CH semanal: 4 a 8 h								
EMENTA								
1. Noções Introdutórias de Direito. 2. Direito Empresarial: Aspectos Básicos. 3. Regime Empresarial. 4. Estabelecimento Empresarial. 5. Direito Societário. 6. Direito dos Contratos Empresariais. 7. Direito de Propriedade Intelectual. 8. Direito da Concorrência. 9. Direito Falimentar. 10. Sistema Tributário Nacional.								
PROGRAMA								
1. Noções Introdutórias de Direito								
1.1. O papel das normas jurídicas na vida em sociedade								
1.2. A diferença entre Direito Público e Direito Privado								
2. Direito Empresarial: Aspectos Básicos								
2.1. Conceito e nomenclatura								
2.2. Origem: Direito Mercantil								
2.3. Evolução histórica: do Direito Comercial ao Direito Empresarial								
2.3.1. Teoria dos atos de comércio								
2.3.2. Teoria da empresa								
2.3.2.1. Conceitos de empresa e empresário								
2.3.3. Unificação do Direito Privado								
2.4. Características do Direito Empresarial								
2.5. Princípios do Direito Empresarial								
2.5.1. Livre iniciativa								
2.5.2. Livre concorrência								
2.5.3. Função social da empresa								

2.6. Fontes do Direito Empresarial brasileiro

3. Regime Empresarial

- 3.1. Registro de empresas
- 3.2. Nome empresarial
- 3.3. Escrituração empresarial

4. Estabelecimento Empresarial

- 4.1. Conceito e natureza jurídica
- 4.2. Trespasse do estabelecimento

5. Direito Societário

- 5.1. Sociedade: aspectos conceituais
- 5.2. Tipos societários
- 5.3. Sociedades não personificadas
 - 5.3.1. Sociedade em comum
 - 5.3.2. Sociedade em conta de participação
- 5.4. Sociedades contratuais
 - 5.4.1. Sociedade simples (não empresarial)
 - 5.4.2. Sociedade em nome coletivo
 - 5.4.3. Sociedade em comandita simples
 - 5.4.4. Sociedade limitada
- 5.5. Sociedades por ações
 - 5.5.1. Sociedade em comandita por ações
 - 5.5.2. Sociedade anônima

6. Direito dos Contratos Empresariais

- 6.1. Contratos de colaboração empresarial
 - 6.1.1. Comissão mercantil
 - 6.1.2. Representação comercial
 - 6.1.3. Concessão mercantil
 - 6.1.4. Franquia (franchising)
- 6.2. Outras espécies contratuais
 - 6.2.1. Contratos bancários
 - 6.2.2. Alienação fiduciária em garantia
 - 6.2.3. Arrendamento mercantil (*leasing*)
 - 6.2.4. Fomento mercantil (*factoring*)

7. Direito de Propriedade Intelectual

- 7.1. Noções gerais e legislação aplicável
- 7.2. Patentes
 - 7.2.1. Requisitos de patenteabilidade
 - 7.2.2. Titularidade da patente

- 7.2.3. Prazo de vigência da patente
- 7.2.4. Licença da patente
- 7.2.5. Patentes *pipeline* e *mailbox*
- 7.3. Desenho industrial
 - 7.3.1. Requisitos de registrabilidade do desenho industrial
 - 7.3.2. Prazo de vigência do desenho industrial
- 7.4. Marca
 - 7.4.1. Registro de marca
 - 7.4.2. Distintividade da marca
 - 7.4.3. Espécie de marca
 - 7.4.4. Âmbito de proteção da marca
 - 7.4.5. Vigência do registro de marca
 - 7.4.6. Indicações geográficas
 - 7.4.7. *Trade dress* (conjunto-imagem do produto)
 - 7.4.8. *Puffing* (exagero publicitário)

8. Direito da Concorrência

- 8.1. Finalidades do Direito da Concorrência
- 8.2. Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência
 - 8.2.1. Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE)
 - 8.2.2. Secretaria de Acompanhamento Econômico
- 8.3. Controle dos atos de concentração
- 8.4. Acordos entre empresas
- 8.5. Infrações da ordem econômica

9. Direito Falimentar

- 9.1. Noções gerais
 - 9.1.1. Direito Falimentar: conceito, evolução e legislação aplicável
 - 9.1.2. Quem pode ter a falência decretada?
- 9.2. Recuperação judicial
- 9.3. Recuperação extrajudicial
- 9.4. Falência

10. Sistema Tributário Nacional

- 10.1. O que é tributo?
- 10.2. Espécies tributárias
 - 10.2.1. Impostos
 - 10.2.2. Taxas
 - 10.2.3. Contribuições de melhoria
 - 10.2.4. Empréstimos compulsórios
 - 10.2.5. Contribuições especiais
- 10.3. Limitações constitucionais ao poder de tributar
 - 10.3.1. Legalidade tributária

- 10.3.2. Princípio da isonomia
- 10.3.3. Princípio da não surpresa
 - 10.3.3.1. Princípio da irretroatividade
 - 10.3.3.2. Princípio da anterioridade
 - 10.3.3.3. Princípio da anterioridade nonagesimal ou noventena
- 10.3.4. Princípio do não confisco
- 10.3.5. Imunidades tributárias
 - 10.3.5.1. Diferenças entre imunidade, isenção e não incidência
 - 10.3.5.2. Imunidades em espécie
- 10.4. Reforma tributária: linhas gerais
 - 10.4.1. Modelos de tributação sobre o consumo
 - 10.4.1.1. Modelo norte-americano
 - 10.4.1.2. Modelo europeu
 - 10.4.1.3. Modelo brasileiro antes da reforma
 - 10.4.2. Panorama geral da reforma tributária sobre o consumo no Brasil
 - 10.4.2.1. Novos princípios
 - 10.4.2.2. Agenda verde
 - 10.4.2.3. Alterações no Simples Nacional
 - 10.4.2.4. IVA Dual: Imposto sobre bens e serviços (IBS) e Contribuição sobre bens e serviços (CBS)
 - 10.4.2.5. Comitê Gestor do IBS
 - 10.4.2.6. Imposto seletivo
 - 10.4.2.7. Contribuição Estadual sobre produtos primários e semielaborados
 - 10.4.3. Alterações no Imposto sobre Transmissão Causa Mortis e Doação (ITCMD)

OBJETIVO GERAL

Ministrar aos estudantes noções básicas de Direito Empresarial e Tributário à luz da legislação vigente e da jurisprudência atual, com ênfase nas necessidades práticas dos profissionais da Administração.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Apresentar aos estudantes noções introdutórias de Direito, a fim de que compreendam o papel das normas jurídicas na vida em sociedade e nas organizações.

- Distinguir o Direito Público (o Direito que rege as relações entre Estado e indivíduos para a promoção do bem comum) do Direito Privado (o Direito que rege as relações horizontais entre os indivíduos), considerando que os Administradores precisam ter

contato com os dois tipos de Direito, que funcionam com base em lógicas diferentes (autoridade, no primeiro caso; consensualidade, no segundo).

- Contextualizar o Direito Empresarial aos estudantes, destacando brevemente sua evolução histórica, princípios e conceitos básicos (que dialogam com a própria ordem econômica brasileira), além das suas fontes normativas (o nosso material de estudo).

- Informar aos estudantes as diferentes modalidades de empresa e de empresários, como se registra uma empresa, quais são os tipos de nomes empresariais e quais são os requisitos legais básicos a respeito da escrituração empresarial.

- Discorrer sobre a figura do estabelecimento empresarial e sobre o negócio jurídico denominado *traspasse* (transferência do estabelecimento).

- Expor noções gerais de Direito Societário, com a indicação dos diferentes tipos societários, incluindo a sociedade limitada e a sociedade anônima.

- Descrever os contratos empresariais mais relevantes (comissão mercantil, representação comercial, concessão mercantil, franquia - *franchising*, contratos bancários, alienação fiduciária em garantia, arrendamento mercantil - *leasing* e fomento mercantil - *factoring*).

- Apresentar noções gerais e legislação relacionada ao Direito de Propriedade Intelectual, incluindo seus três institutos básicos (patente, marca e desenho industrial).

- Discorrer sobre o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência, com ênfase nas infrações à ordem econômica e no papel do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) na análise dos atos de concentração e práticas anticoncorrenciais.

- Apresentar noções gerais de Direito Falimentar, incluindo regras básicas sobre falência e recuperação judicial e extrajudicial.

- Apresentar os fundamentos do Sistema Tributário Nacional, bem como as recentes alterações implementadas pela Reforma Tributária (Emenda Constitucional n. 132/2023).

CRONOGRAMA

Aulas presenciais (45 h)

Dia de aula	Tópico
14-03-2025	Apresentação do curso Noções Introdutórias de Direito
21-03-2025	Direito Empresarial: Aspectos Básicos
28-03-2025	Regime empresarial
04-04-2025	Estabelecimento empresarial
11-04-2025	Direito Societário
18-04-2025	Direito Societário
25-04-2025	1ª avaliação (prova escrita)
02-05-2025	Devolutiva da prova



	Direito Societário
09-05-2025	Direito dos Contratos Empresariais
16-05-2025	Direito de Propriedade Intelectual
23-05-2025	Direito da Concorrência
30-05-2025	Direito Falimentar
06-06-2025	Sistema Tributário Nacional
13-06-2025	Sistema Tributário Nacional
20-06-2025	2ª avaliação (prova escrita)
27-06-2025	Devolutiva e revisão de conteúdo
04-07-2025	Prova final

Atividades EAD (15 h):

Atividades on-line semanais consistentes na leitura de textos atuais sobre os tópicos do programa e resolução de questões propostas sobre os respectivos assuntos.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

O curso consiste em aulas expositivas presenciais com apoio de *slides* e estímulo à participação dos estudantes em sala de aula. Além disso, quanto à carga horária realizada na modalidade de ensino à distância (EAD), os estudantes serão instados a resolver exercícios para compreensão de conceitos com base em textos de apoio atuais e sucintos.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

Duas provas escritas objetivas e prova final, também na forma escrita e objetiva, para os estudantes que não tenham alcançado a nota média mínima.

Os estudantes que tenham realizado todas as atividades na modalidade EAD terão direito a um ponto extra em cada avaliação.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ALEXANDRE, Ricardo. Direito Tributário. 19ª ed. Salvador: Ed. Juspodivm, 2025, 1088 p.

CRUZ, André Santa Cruz. Direito Empresarial. 7ª ed. Salvador: Ed. Juspodivm, 2024, 560 p.

TOMAZETTE, Marlon. Curso de Direito Empresarial. 16ª ed. São Paulo: Saraiva Jur, 2025, 720 p.



BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

CAMPINHO, Sérgio. Curso de Direito Comercial – Direito de Empresa. 21ª ed. São Paulo: Saraiva Jur, 2025, 360 p.

DUQUE, Felipe. *Reforma Tributária Comentada e Esquematizada*. Salvador: Ed. Juspodivm, 2024, 352 p.

MAMEDE, Gladston. *Manual de Direito Empresarial*. 18ª ed. Barueri: Atlas, 2024, 544 p.

PONTALTI, Mateus. *Comentários à Reforma Tributária*. Salvador: Ed. Juspodivm, 2024, 256 p.

TOKARS, Fábio. *Direito Empresarial: A prática da advocacia a partir da história de uma empresa*. Curitiba: Editora Allez-Y!, 2024, 302 p.

Professor da Disciplina:

Assinatura:

Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: _____

Assinatura: _____

Ficha 2 (variável)

Disciplina: DIREITO EMPRESARIAL E TRIBUTÁRIO (M1)						Código: SAOB08		
Natureza: (X) Obrigatória () Optativa		(X) Semestral () Anual () Modular						
Pré-requisito:		Co-requisito:		Modalidade: () Totalmente Presencial () Totalmente EaD (X) Parcialmente EaD _15__*c.H.				
CH Total: 60h Prática como Componente Curricular (PCC): 00		Padrão (PD): 45h	Laboratório (LB): 00	Campo (CP): 00	Estágio (ES): 00h	Orientada (OR): 00	Prática Específica (PE): 00	Estágio de Formação Pedagógica (EFP): 00
CH semanal: 4 a 8 h								
EMENTA								
1. Noções Introdutórias de Direito. 2. Direito Empresarial: Aspectos Básicos. 3. Regime Empresarial. 4. Estabelecimento Empresarial. 5. Direito Societário. 6. Direito dos Contratos Empresariais. 7. Direito de Propriedade Intelectual. 8. Direito da Concorrência. 9. Direito Falimentar. 10. Sistema Tributário Nacional.								
PROGRAMA								
1. Noções Introdutórias de Direito								
1.1. O papel das normas jurídicas na vida em sociedade								
1.2. A diferença entre Direito Público e Direito Privado								
2. Direito Empresarial: Aspectos Básicos								
2.1. Conceito e nomenclatura								
2.2. Origem: Direito Mercantil								
2.3. Evolução histórica: do Direito Comercial ao Direito Empresarial								
2.3.1. Teoria dos atos de comércio								
2.3.2. Teoria da empresa								
2.3.2.1. Conceitos de empresa e empresário								
2.3.3. Unificação do Direito Privado								
2.4. Características do Direito Empresarial								
2.5. Princípios do Direito Empresarial								
2.5.1. Livre iniciativa								
2.5.2. Livre concorrência								
2.5.3. Função social da empresa								

2.6. Fontes do Direito Empresarial brasileiro

3. Regime Empresarial

- 3.1. Registro de empresas
- 3.2. Nome empresarial
- 3.3. Escrituração empresarial

4. Estabelecimento Empresarial

- 4.1. Conceito e natureza jurídica
- 4.2. Trespasse do estabelecimento

5. Direito Societário

- 5.1. Sociedade: aspectos conceituais
- 5.2. Tipos societários
- 5.3. Sociedades não personificadas
 - 5.3.1. Sociedade em comum
 - 5.3.2. Sociedade em conta de participação
- 5.4. Sociedades contratuais
 - 5.4.1. Sociedade simples (não empresarial)
 - 5.4.2. Sociedade em nome coletivo
 - 5.4.3. Sociedade em comandita simples
 - 5.4.4. Sociedade limitada
- 5.5. Sociedades por ações
 - 5.5.1. Sociedade em comandita por ações
 - 5.5.2. Sociedade anônima

6. Direito dos Contratos Empresariais

- 6.1. Contratos de colaboração empresarial
 - 6.1.1. Comissão mercantil
 - 6.1.2. Representação comercial
 - 6.1.3. Concessão mercantil
 - 6.1.4. Franquia (franchising)
- 6.2. Outras espécies contratuais
 - 6.2.1. Contratos bancários
 - 6.2.2. Alienação fiduciária em garantia
 - 6.2.3. Arrendamento mercantil (*leasing*)
 - 6.2.4. Fomento mercantil (*factoring*)

7. Direito de Propriedade Intelectual

- 7.1. Noções gerais e legislação aplicável
- 7.2. Patentes
 - 7.2.1. Requisitos de patenteabilidade
 - 7.2.2. Titularidade da patente

- 7.2.3. Prazo de vigência da patente
- 7.2.4. Licença da patente
- 7.2.5. Patentes *pipeline* e *mailbox*
- 7.3. Desenho industrial
 - 7.3.1. Requisitos de registrabilidade do desenho industrial
 - 7.3.2. Prazo de vigência do desenho industrial
- 7.4. Marca
 - 7.4.1. Registro de marca
 - 7.4.2. Distintividade da marca
 - 7.4.3. Espécie de marca
 - 7.4.4. Âmbito de proteção da marca
 - 7.4.5. Vigência do registro de marca
 - 7.4.6. Indicações geográficas
 - 7.4.7. *Trade dress* (conjunto-imagem do produto)
 - 7.4.8. *Puffing* (exagero publicitário)

8. Direito da Concorrência

- 8.1. Finalidades do Direito da Concorrência
- 8.2. Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência
 - 8.2.1. Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE)
 - 8.2.2. Secretaria de Acompanhamento Econômico
- 8.3. Controle dos atos de concentração
- 8.4. Acordos entre empresas
- 8.5. Infrações da ordem econômica

9. Direito Falimentar

- 9.1. Noções gerais
 - 9.1.1. Direito Falimentar: conceito, evolução e legislação aplicável
 - 9.1.2. Quem pode ter a falência decretada?
- 9.2. Recuperação judicial
- 9.3. Recuperação extrajudicial
- 9.4. Falência

10. Sistema Tributário Nacional

- 10.1. O que é tributo?
- 10.2. Espécies tributárias
 - 10.2.1. Impostos
 - 10.2.2. Taxas
 - 10.2.3. Contribuições de melhoria
 - 10.2.4. Empréstimos compulsórios
 - 10.2.5. Contribuições especiais
- 10.3. Limitações constitucionais ao poder de tributar
 - 10.3.1. Legalidade tributária

- 10.3.2. Princípio da isonomia
- 10.3.3. Princípio da não surpresa
 - 10.3.3.1. Princípio da irretroatividade
 - 10.3.3.2. Princípio da anterioridade
 - 10.3.3.3. Princípio da anterioridade nonagesimal ou noventena
- 10.3.4. Princípio do não confisco
- 10.3.5. Imunidades tributárias
 - 10.3.5.1. Diferenças entre imunidade, isenção e não incidência
 - 10.3.5.2. Imunidades em espécie
- 10.4. Reforma tributária: linhas gerais
 - 10.4.1. Modelos de tributação sobre o consumo
 - 10.4.1.1. Modelo norte-americano
 - 10.4.1.2. Modelo europeu
 - 10.4.1.3. Modelo brasileiro antes da reforma
 - 10.4.2. Panorama geral da reforma tributária sobre o consumo no Brasil
 - 10.4.2.1. Novos princípios
 - 10.4.2.2. Agenda verde
 - 10.4.2.3. Alterações no Simples Nacional
 - 10.4.2.4. IVA Dual: Imposto sobre bens e serviços (IBS) e Contribuição sobre bens e serviços (CBS)
 - 10.4.2.5. Comitê Gestor do IBS
 - 10.4.2.6. Imposto seletivo
 - 10.4.2.7. Contribuição Estadual sobre produtos primários e semielaborados
 - 10.4.3. Alterações no Imposto sobre Transmissão Causa Mortis e Doação (ITCMD)

OBJETIVO GERAL

Ministrar aos estudantes noções básicas de Direito Empresarial e Tributário à luz da legislação vigente e da jurisprudência atual, com ênfase nas necessidades práticas dos profissionais da Administração.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Apresentar aos estudantes noções introdutórias de Direito, a fim de que compreendam o papel das normas jurídicas na vida em sociedade e nas organizações.

- Distinguir o Direito Público (o Direito que rege as relações entre Estado e indivíduos para a promoção do bem comum) do Direito Privado (o Direito que rege as relações horizontais entre os indivíduos), considerando que os Administradores precisam ter

contato com os dois tipos de Direito, que funcionam com base em lógicas diferentes (autoridade, no primeiro caso; consensualidade, no segundo).

- Contextualizar o Direito Empresarial aos estudantes, destacando brevemente sua evolução histórica, princípios e conceitos básicos (que dialogam com a própria ordem econômica brasileira), além das suas fontes normativas (o nosso material de estudo).

- Informar aos estudantes as diferentes modalidades de empresa e de empresários, como se registra uma empresa, quais são os tipos de nomes empresariais e quais são os requisitos legais básicos a respeito da escrituração empresarial.

- Discorrer sobre a figura do estabelecimento empresarial e sobre o negócio jurídico denominado *traspasse* (transferência do estabelecimento).

- Expor noções gerais de Direito Societário, com a indicação dos diferentes tipos societários, incluindo a sociedade limitada e a sociedade anônima.

- Descrever os contratos empresariais mais relevantes (comissão mercantil, representação comercial, concessão mercantil, franquia - *franchising*, contratos bancários, alienação fiduciária em garantia, arrendamento mercantil - *leasing* e fomento mercantil - *factoring*).

- Apresentar noções gerais e legislação relacionada ao Direito de Propriedade Intelectual, incluindo seus três institutos básicos (patente, marca e desenho industrial).

- Discorrer sobre o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência, com ênfase nas infrações à ordem econômica e no papel do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) na análise dos atos de concentração e práticas anticoncorrenciais.

- Apresentar noções gerais de Direito Falimentar, incluindo regras básicas sobre falência e recuperação judicial e extrajudicial.

- Apresentar os fundamentos do Sistema Tributário Nacional, bem como as recentes alterações implementadas pela Reforma Tributária (Emenda Constitucional n. 132/2023).

CRONOGRAMA

Aulas presenciais (45 h)

Dia de aula	Tópico
12-03-2025	Apresentação do curso Noções Introdutórias de Direito
19-03-2025	Direito Empresarial: Aspectos Básicos
26-03-2025	Regime empresarial
02-04-2025	Estabelecimento empresarial
09-04-2025	Direito Societário
16-04-2025	Direito Societário
23-04-2025	1ª avaliação (prova escrita)
30-04-2025	Devolutiva da prova



	Direito Societário
07-05-2025	Direito dos Contratos Empresariais
14-05-2025	Direito de Propriedade Intelectual
21-05-2025	Direito da Concorrência
28-05-2025	Direito Falimentar
04-06-2025	Sistema Tributário Nacional
11-06-2025	Sistema Tributário Nacional
18-06-2025	2ª avaliação (prova escrita)
25-06-2025	Devolutiva e revisão de conteúdo
02-07-2025	Prova final

Atividades EAD (15 h):

Atividades on-line semanais consistentes na leitura de textos atuais sobre os tópicos do programa e resolução de questões propostas sobre os respectivos assuntos.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

O curso consiste em aulas expositivas presenciais com apoio de *slides* e estímulo à participação dos estudantes em sala de aula. Além disso, quanto à carga horária realizada na modalidade de ensino à distância (EAD), os estudantes serão instados a resolver exercícios para compreensão de conceitos com base em textos de apoio atuais e sucintos.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

Duas provas escritas objetivas e prova final, também na forma escrita e objetiva, para os estudantes que não tenham alcançado a nota média mínima.

Os estudantes que tenham realizado todas as atividades na modalidade EAD terão direito a um ponto extra em cada avaliação.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ALEXANDRE, Ricardo. Direito Tributário. 19ª ed. Salvador: Ed. Juspodivm, 2025, 1088 p.

CRUZ, André Santa Cruz. Direito Empresarial. 7ª ed. Salvador: Ed. Juspodivm, 2024, 560 p.

TOMAZETTE, Marlon. Curso de Direito Empresarial. 16ª ed. São Paulo: Saraiva Jur, 2025, 720 p.



BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

CAMPINHO, Sérgio. Curso de Direito Comercial – Direito de Empresa. 21ª ed. São Paulo: Saraiva Jur, 2025, 360 p.

DUQUE, Felipe. *Reforma Tributária Comentada e Esquemática*. Salvador: Ed. Juspodivm, 2024, 352 p.

MAMEDE, Gladston. *Manual de Direito Empresarial*. 18ª ed. Barueri: Atlas, 2024, 544 p.

PONTALTI, Mateus. *Comentários à Reforma Tributária*. Salvador: Ed. Juspodivm, 2024, 256 p.

TOKARS, Fábio. *Direito Empresarial: A prática da advocacia a partir da história de uma empresa*. Curitiba: Editora Allez-Y!, 2024, 302 p.

Professor da Disciplina:

Assinatura:

Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: _____

Assinatura: _____



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE _____

Coordenação do Curso de ou Departamento
de _____

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Remuneração e Desempenho Humano - TURMAS M1 E N1		Código: SAOB29
Natureza: <input checked="" type="checkbox"/> Obrigatória <input type="checkbox"/> Optativa	<input checked="" type="checkbox"/> Semestral Modular	<input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/>
Pré-requisito: Não	Co-requisito: Não	Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Totalmente Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EAD <input type="checkbox"/> Parcialmente EAD: _____ *CH

CH Total: 60h							
CH Semanal: 04h							
Prática como Componente Curricular (PCC):	Padrão (PD): 45h total	Laboratório (LB):	Campo (CP):	Estágio (ES):	Orientada (OR): 15h total	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):
Atividade Curricular de Extensão (ACE):							

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Estratégia Organizacional e a composição da Remuneração. Remuneração Fixa. Remuneração Variável. Aspectos Legais da Remuneração. Benefícios. Avaliação do Desempenho Humano.

PROGRAMA

1. Estratégia Organizacional e a composição da Remuneração

1.1 Estrutura salarial

1.2 Política Salarial

2. Remuneração Fixa

2.1 Remuneração Funcional

2.2 Remuneração baseada em Competências

3. Aspectos Legais da Remuneração

3.1 Consolidação das leis trabalhistas e Reforma Trabalhista

3.2 Convenções coletivas do trabalho

3.3 Folha de pagamento

4. Benefícios

4.1 Benefícios Legais

4.2 Benefícios Espontâneos

4.3 Sistema de Benefícios Flexíveis

5. Pesquisa Salarial

5.1 Estrutura de uma Pesquisa Salarial

5.2 Análise dos Resultados da Pesquisa Salarial

6. Avaliação do Desempenho Humano

6.1 Objetivos

6.2 Métodos de avaliação de desempenho

6.3 Feedback e Gestão dos Resultados

6.4 Tendências em Avaliação de Competências

OBJETIVO GERAL

Fornecer aos alunos conhecimentos técnicos e práticos possibilitando entender conceitos sobre Estratégia Organizacional e a composição da Remuneração. Remuneração Fixa. Remuneração Variável. Aspectos Legais da Remuneração. Benefícios. Avaliação do Desempenho Humano

OBJETIVO ESPECÍFICO

Compreender os conceitos relativos à disciplina
Aplicar os conceitos de forma prática

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

Aulas presenciais e atividades orientadas
Atividades individuais e em grupo
Avaliação individual bimestral

Aulas expositivas, utilizando recursos diversos. Discussões, apresentações de casos práticos

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A média semestral do aluno resultará do somatório das atividades individuais e em equipe, e da nota da prova. Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado. Se estiver entre 40 e 69, o aluno deverá fazer o Exame Final. Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o aluno estará reprovado. A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h)

Prova 1 bimestre 28/04/2025

Prova 2 bimestre 16/06/2025

Prova Final 07/07/2025

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

CHIAVENATO, I. Gestão de Pessoas: O Novo Papel da Gestão do Talento Humano. Grupo GEN, 2020.

PONTES, B. R. Administração de cargos e salários: Carreiras e remuneração. LTr Editora, 2021.

PONTES, B. R. Avaliação de Desempenho-Métodos Clássicos e Contemporâneos: Avaliação por Objetivos, Competências e Equipes. LTr Editora, 2022.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

CHIAVENATO, I. Gestão de Pessoas: O Novo Papel da Gestão do Talento Humano. Grupo GEN, 2020.

PONTES, B. R. Administração de cargos e salários: Carreiras e remuneração. LTr Editora, 2021.

PONTES, B. R. Avaliação de Desempenho-Métodos Clássicos e Contemporâneos: Avaliação por Objetivos, Competências e Equipes. LTr Editora, 2022.



Documento assinado eletronicamente por **CAROLINA VALENTINI TOSCANI KIM**,
PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR, em 24/02/2025, às 15:17, conforme art. 1º, III,
"b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7524615** e o código CRC **5D44D558**.



Disciplina: LOGÍSTICA						Código: SAOB19	
Natureza: (x) Obrigatória () Optativa		(x) Semestral () Anual () Modular					
Pré-requisito:		Co-requisito:	Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD () C.H.EaD				
CH Total: 60 CH semanal: 04		Padrão (PD): 45	Laboratório (LB): 00	Campo (CP): 00	Estágio (ES): 00	Orientada (OR): 15	Prática Específica (PE): 00
Estágio de Formação Pedagógica (EFP):		Extensão (EXT): 00	Prática como Componente Curricular (PCC): 00				
EMENTA (Unidade Didática)							
<p>Visão geral da Logística. A Cadeia de Suprimentos e Distribuição. Logística Integrada. Serviço ao cliente. Relacionamentos na Cadeia de Suprimentos. Processamento de Pedidos. Gerenciamento de Estoques. Estratégias e métodos de controle de estoques. Fundamentos dos Sistemas de Transporte. Estratégias de Transporte. Decisões de Transporte. Localização de Instalações. Estratégias e métodos de decisão de localização.</p>							
PROGRAMA							
<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisão sobre Logística Integrada <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Definições 1.2. Importância da logística 1.3. Estratégias e objetivos 2. Serviço ao Cliente <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Definições 2.2. Tempo de ciclo do pedido 2.3. Vendas e serviços 2.4. Atendimento ao pedido perfeito 2.5. Mensuração de serviços 3. Processamento de Pedidos <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Definições 3.2. Fatores que afetam o tempo de processamento de pedido 3.3. Sistemas de informação 4. Gestão de estoques. <ol style="list-style-type: none"> 4.1 Definições e objetivos; 4.2 Tipos de estoques 4.3 Funções: Classificação, padronização, Especificação e codificação; 4.4 Método de Análise ABC; 4.5 Custos de estoques; 4.6 Modelos de administração e controle de estoques. 5. Compras <ol style="list-style-type: none"> 4.1 Importância do sistema compras; 4.2 Estratégias e avaliação do processo de compras; 4.3 Negociação; 4.4 Licitação; 4.5 Fornecedores (Desenvolvimento de fornecedores e terceirização); 4.6 Avaliação e controle do sistema de compras. 							



- 5. Fundamentos e Decisões Sobre Transporte
 - 5.1. Tipos
 - 5.2. Gerenciamento do sistema de transporte
 - 5.3. Análise de modais
 - 5.4. Roteirização
 - 5.5. Consolidação de fretes
- 6. Localização das instalações
 - 6.1. Classificação
 - 6.2. Instalação única
 - 6.3. Instalação múltiplas
 - 6.4. Localização de varejo/serviços

OBJETIVO GERAL

A disciplina visa a capacitação de alunos ao planejamento, operação e avaliação logística integrada.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Capacitar os alunos ao planejamento de sistemas logísticos. Capacitar os alunos na operação da cadeia de suprimentos e distribuição. Capacitar os alunos na gestão de serviço ao cliente para operação da cadeia de suprimentos e distribuição. Capacitar os alunos na gestão do processamento de pedidos. Capacitar os alunos na gestão do sistema de transporte e nas estratégias associadas. Capacitar os alunos na tomada de decisão em relação a localização de instalações. Capacitar os alunos na gestão e no projeto de gestão de estoques e compras.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

Adota-se a metodologia do aprendizado orientado ao problema. São apresentados problemas semelhantes àqueles do cotidiano do administrador que devem ser solucionados a partir do conteúdo da disciplina. A disciplina será desenvolvida mediante aulas expositivas, quando serão apresentados os conteúdos curriculares teóricos. A disciplina será norteada por trabalhos práticos envolvendo cada item do programa da disciplina. A plataforma de comunicação remota, disponibilização de arquivos, troca de mensagens e outros, será o TEAMS da Microsoft. As aulas para exposição de conteúdo teórico, resolução de exercícios, apresentação dos trabalhos e dúvidas ocorrerão às **terças-feiras durante a aula**.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A nota da disciplina é um valor composto pela média ponderada dos 2 (duas) provas e trabalhos que podem variar de 0 (zero) a 100 (cem) pontos percentuais. O conteúdo e formato destas avaliações e a fórmula para cálculo da nota será apresentada pelo professor responsável pela disciplina na primeira aula da disciplina.

A nota semestral da disciplina será composta da seguinte maneira:

1. 02 provas individuais – 35% do total, cada prova
2. Trabalhos (composto por entregas parciais e entrega final) – 30% do total

A média semestral do aluno resultará do somatório das provas individuais e do projeto em equipe, conforme pesos informados. Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado. Se estiver entre 40 e 69, o aluno deverá fazer o Exame Final. Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o aluno



estará reprovado. A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

- [1] BALLOU, Ronald H. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos/Logística empresarial**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.
[2] BOWERSOX, Donald J.; CLOSS, David J., Cooper, M. Bixby. **Gestão Logística de Cadeias de Suprimentos**. Porto Alegre: Bookman, 2006.
[3] Notas de aula da disciplina de Logística de Distribuição. Eduardo Alves Portela Santos.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

- [1] DORNIER, Philippe-Pierre; ERNST, Ricardo; FENDER, Michel; KOUVELIS, Panos. **Logística e operações globais**. São Paulo: Atlas, 2000.
[2] FLEURY, Paulo Fernando; WANKE, Peter; FIGUEIREDO, Kleber Fossati. **Logística empresarial**. São Paulo: Atlas, 2000.
[3] GAITHER, Norman; FRAZIER, Greg. **Administração da produção e operações**. São Paulo: Pioneira, 2001.
[4] NOVAES, A.G. et alli. **Gerenciamento de transportes e frotas**. São Paulo: Pioneira, 1997.
[5] NOVAES, A. G.; ALVARENGA, A. C. **Logística aplicada: suprimento e distribuição física**. 2. ed. São Paulo: Pioneira.

Professor da Disciplina: __Eduardo Alves Portela Santos_____

Assinatura: _____

Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: _____

Assinatura: _____



CRONOGRAMA DE AULAS

SEMANA	DATA PREVISTA	CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
1	11/03/2025	Apresentação do plano de aula, objetivos da disciplina, metodologia para sala de aula e avaliações. Introdução a Logística de Distribuição. Revisão sobre Logística Integrada. Definições. O produto da cadeia de suprimentos. Importância da Logística.	[1] Capítulos 1, 2 e 3. [2] Capítulos 1 e 2
2	18/03/2025	Serviço ao cliente. Processamento de pedidos.	[1] Capítulos 4 e 5 [2] Capítulo 3
3	25/03/2025	Gestão de estoques	[1] Capítulos 9 [2] Capítulo 7
4	01/04/2025	Gestão de estoques	[1] Capítulos 9 [2] Capítulo 7
5	08/04/2025	Gestão de estoques. Compras.	[1] Capítulos 9 [2] Capítulo 7
6	15/04/2025	Gestão de estoques. Compras.	[1] Capítulos 9 [2] Capítulo 7
7	22/04/2025	Custos associados a transporte. Redes de transportes. Consolidação de fretes. Custos associados a transporte.	[1] Capítulos 6 e 7 [2] Capítulo 8
8	29/04/2025	Prova 1	[1] Capítulos 1, 2, 3, 4, 5, 6, 9 e 7 [2] Capítulos 1, 2, 3 e 8
9	06/05/2025	Custos associados a transportes.	[1] Capítulo 7
10	13/05/2025	Métodos de roteirização.	[1] Capítulo 7



11	20/05/2025	Métodos de roteirização.	[1] Capítulos 13 [2] Capítulo 12
12	27/05/2025	Decisões de localização das instalações considerando custos de transporte e estoque.	[1] Capítulos 13 [2] Capítulo 12
13	03/06/2025	Localização de varejos e serviços.	[1] Capítulo 13 [2] Capítulo 12
14	10/06/2025	Localização de varejos e serviços.	[1] Capítulos 1 a 7, 12 e 13 [2] Capítulos 1, 2, 3, 8 e 12
15	17/06/2025	Prova 2	[1] Capítulos 1 a 7, 12 e 13 [2] Capítulos 1, 2, 3, 8 e 12
16	24/06/2025	Devolutiva.	
17	08/07/2025	Exame Final	

Plano da Disciplina – Ficha 2

Disciplina: Decisão de Financiamento		Código: SA 076					
Natureza: () Obrigatória () Optativa	(X) Semestral () Anual () Modular						
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: () Totalmente Presencial () Totalmente EaD () Parcialmente EaD ___*C.H.					
CH Total: 60h Prática como Componente Curricular (PCC): 00 CH semanal: 4	Padrão (PD): 40h	Laboratório (LB): 00	Campo (CP): 00	Estágio (ES): 20h	Orientada (OR): 00	Prática Específica (PE): 00	Estágio de Formação Pedagógica (EFP): 00
EMENTA (Unidade Didática)							
<ul style="list-style-type: none"> Elementos de carteiras e CAPM, Custo do capital, Estrutura de capital (teoria e problemas), Política de Dividendos (teoria e problemas). 							
PROGRAMA (itens de cada unidade didática)							
<ol style="list-style-type: none"> 1. RISCO X RETORNO <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Para 1 ativo 1.2. Carteiras 1.3. CAPM 2. CUSTO DO CAPITAL <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Idéia conceitual 2.2. Custo da Dívida 2.3. Custo do Capital Próprio 2.4. WACC 3. ESTRUTURA DE CAPITAL <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Alavancagem Financeira 3.2. Teoria da Irrelevância da estrutura de capital 3.3. Vantagens tributárias 3.4. Custos de Falência 3.5. Trade off 3.6. Assimetria de Informações 3.7. Teoria de Agência 4. POLÍTICA DE DIVIDENDOS <ol style="list-style-type: none"> 4.1. Conceitos 4.2. Teoria da Irrelevância 4.3. Tributação 4.4. Agência 4.5. Assimetria de Informações. 							

OBJETIVO GERAL

Apresentar e discutir pressupostos e os principais conceitos e instrumentos da decisão de financiamento de longo prazo das empresas.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Compreender a relação risco x retorno em ativos e carteiras;
 Conceituar aplicar e relacionar os conceitos de custo do capital próprio, de terceiros e WACC nas decisões financeiras;
 Avaliar os impactos das decisões de Estrutura de Capital e Dividendos no valor das Empresas, através da relação risco x retorno.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

Os Trabalhos serão conduzidos pelo professor, com a participação dos alunos. Poderão ser utilizadas as seguintes técnicas:

- Aulas expositivo-dialogadas com auxílio de slides
- Aulas interativas com a utilização do MS Excel
- Estudos de Caso
- Correção de exercícios e discussão em sala

REGRAS:

- Para cada aula, será disponibilizado no Teams um plano detalhado da aula, com o assunto trabalhado, a especificação do material a ser lido e os exercícios e tarefas a serem entregues referentes àquela aula.
- Chamada: haverá chamadas no início da aula e logo após o intervalo, podendo haver outras a critério do professor. O aluno que não estiver presente no momento da mesma não ganhará presença na aula. O aluno que não tiver o mínimo de 75% de frequência na disciplina estará automaticamente reprovado.
- Trabalhos e exercícios: Os trabalhos e exercícios deverão ser entregues no dia anterior à aula IMPRETERIVELMENTE, não havendo exceção a esta regra. Os trabalhos entregues serão corrigidos em sala de aula. Os exercícios deverão ser entregues individualmente, a não ser que o professor determine atividades em grupo.
- O material em slides será disponibilizado. Entretanto, recomenda-se que o estudo seja feito pela bibliografia adotada. A leitura do material é de responsabilidade do aluno. Todo o conteúdo pode ser cobrado, sendo cumulativo.

CRONOGRAMA SAOB05 - TURMA M1 - QUARTA MANHÃ (07:30 hs)

#	DATAS	CONTEÚDO	MATERIAL DE APOIO
1	12/03/2025	Introdução	-----
2	19/03/2025	risco x retorno 1 ativo	Para cada aula haverá um plano de aula disponibilizado no Teams especificando o material de leitura, arquivos de apoio e o roteiro de atividades. As atividades (tarefas no Teams) estarão disponíveis pelo menos 5 dias antes da data de entrega, devendo ser entregues antes da aula seguinte, quando serão corrigidas pelo professor, com a discussão de dúvidas dos alunos.
3	26/03/2025	Risco x Retorno - carteiras	
4	02/04/2025	Risco x Retorno Carteiras / CAPM	
5	09/04/2025	CAPM / Custo do Capital	
6	16/04/2025	Custo do Capital	
7	23/04/2025	Custo do Capital	
8	30/04/2025	PRIMEIRA PROVA BIMESTRAL	
9	07/05/2025	Correção da Prova/Alavancagem	
10	14/05/2025	Alavancagem/Estrutura de Capital	
11	21/05/2025	Estrutura de Capital	
12	28/05/2025	Estrutura de Capital / Dividendos	
13	04/06/2025	Dividendos	
14	11/06/2025	SEGUNDA PROVA BIMESTRAL	
15	18/06/2025		
2	25/06/2025		
3	02/07/2025		
4	09/07/2025	PROVA FINAL	



FORMAS DE AVALIAÇÃO

A avaliação será feita através de tarefas semanais, bem como de duas avaliações, uma parcial e uma final. A distribuição percentual da avaliação será a seguinte:

- Atividades individuais semanais: 30% da nota total.
- Primeira prova Parcial : 35% da nota total.
- Segunda prova Parcial : 35% da nota total.

A média semestral do aluno resultará do somatório das atividades individuais e em equipe. Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado. Se estiver entre 40 e 69,9 o aluno deverá fazer Exame Final. Se estiver abaixo de 40 (mesmo após o Exame Final) o aluno estará reprovado. A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

- GITMAN, L. Princípios de Administração Financeira. São Paulo: Pearson, 2010.
- Sistema Regional de Información en Línea para Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal – acessado em <https://www.latindex.org/latindex/inicio>
- Artigos e dissertações nacionais a serem buscados pelos alunos na base de dados: <http://oasisbr.ibict.br/vufind/>
- Livros texto diversos em inglês a serem acessados através da base de dados: <https://www.doabooks.org/doab?uiLanguage=en>

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

- BERK, J.; DEMARZO, P. Administração Financeira. Porto Alegre, Bookman:2009
- Corelli, A. Analytical Corporate Finance. 2nd ed. Springer, 2018. Disponível em <http://link.springer.com/openurl?genre=book&isbn=978-3-319-95762-3>
- DAMODARAN, A. Finanças Corporativas. Teoria e Prática. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- LEMES JR, A. B.; CHEROBIM, A. P. M. S.; RIGO, C. M. Administração financeira: princípios, fundamentos e práticas brasileiras. Rio de Janeiro: Campus, 2005.
- ROSS, S. A.; WESTERFIELD, R. W.; JORDAN, J. F.; LAMB, R. Fundamentos de Administração Financeira. São Paulo: Atlas, 2013.

Professor da Disciplina: Rodrigo Oliveira Soares

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Tópicos Especiais em Finanças		Código: SA 081					
Natureza: () Obrigatória () Optativa	(X) Semestral () Anual () Modular						
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: (X) Totalmente Presencial () Totalmente EaD () Parcialmente EaD ___*C.H.					
CH Total: 60h Prática como Componente Curricular (PCC): 00	Padrão (PD): 40h	Laboratório (LB): 00	Campo (CP): 00	Estágio (ES): 20h	Orientada (OR): 00	Prática Específica (PE): 00	Estágio de Formação Pedagógica (EFP): 00
CH semanal: 4							
<p><u>Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-ACE-PCC)</u> <u>*Indicar a carga horária que será à distância.</u></p> <p style="text-align: center;">EMENTA (Unidade Didática)</p> <p>A disciplina contempla grandes temas contemporâneos em Finanças, permitindo flexibilidade para ajuste à realidade econômico-financeira do ambiente empresarial contemporâneo.</p>							
<p style="text-align: center;">PROGRAMA (itens de cada unidade didática)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Elementos de Governança Corporativa – Função Objetivo. 2. Demonstrações Financeiras 3. Risco x Retorno 4. Análise das demonstrações contábeis 5. Avaliação de Empresas e Projetos / Valor Agregado. 6. Hedge e Administração financeira internacional. 7. Decisão de Financiamento 8. Decisão de Investimento 9. Gestão do Capital de Giro. 							
<p style="text-align: center;">OBJETIVO GERAL</p> <p>Consolidar os principais temas da área de finanças desenvolvidos ao longo do curso, além de formar os estudantes em temas especiais de finanças, que não tenham sido suficientemente aprofundados nas demais disciplinas da área e que se revelem relevantes para a atuação profissional de finanças.</p> <p style="text-align: center;">OBJETIVO ESPECÍFICO</p> <p>Aplicar em exemplos de prática simulada diversos conteúdos de Finanças trabalhados ao longo do Curso de Administração. Discutir os conteúdos de forma contextualizada a um problema proposto. Exercitar a discussão e tomada de decisão em grupo.</p>							

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina será conduzida através de estudos de caso que visam a simular decisões em empresas, onde os alunos deverão utilizar conceitos apreendidos no Curso, principalmente relacionados à área de Finanças, para analisar e se posicionar diante das situações propostas. No sábado serão disponibilizados os casos, e materiais de apoio iniciais propondo o trabalho através do MS Teams. Cada aluno deverá ler o material antes da aula em que o mesmo será trabalhado. Haverá uma pergunta inicial a ser respondida individualmente (sem consulta) pelo aluno sobre algum aspecto do caso. O intuito desta pergunta é cobrar a leitura antecipada do caso). A classe será dividida em grupos de 5 alunos, e os grupos se reunirão para resolver o caso e entregar uma proposta de resolução ao professor. Poderá ou não haver uma exposição prévia do conteúdo teórico que embasará a resolução do caso. Os grupos deverão trabalhar de forma a buscar alternativas e discutir possíveis soluções para o caso, no tempo determinado pelo professor. Decorrido o prazo, haverá a discussão no grande grupo. Posteriormente haverá uma pergunta cobrando uma avaliação individual sobre o tema trabalhado.

CRONOGRAMA

Data	Conteúdo	Assunto
10/03/25	Introdução / Método Casos	
17/03/25	CASO 1	Função Objetivo
24/03/25	CASO 2	Demonstrações Financeiras
31/03/25	CASO 3	Curto Prazo
07/04/25	CASO 4	Curto Prazo
14/04/25	CASO 5	Risco x Retorno
21/04/25	FERIADO TIRADENTES	
28/04/25	CASO 6	Ferramentas de orçamento de capital
05/05/25	CASO 7	Fluxos de Caixa relevantes
12/05/25	CASO 8	Custo de Capital
19/05/25	CASO 9	Custo de Capital
26/05/25	CASO 10	Dividendos
02/06/25	CASO 11	Estrutura de Capital
09/06/25	CASO 12	Hedge
16/06/25		
23/06/25		
30/06/25		
07/07/25	PROVA FINAL	

FORMAS DE AVALIAÇÃO

- 1º bimestre
 - Questões de início de aula (individual): 25%
 - Resolução do caso no grupo: 45%
 - Questão individual: 30%

- 2º bimestre
 - Questões de início de aula (individual): 25%
 - Resolução do caso no grupo: 45%
 - Questão individual: 30%

- Prova final: A prova final da disciplina será uma prova escrita a ser feita individualmente pelo aluno. Os conteúdos cobrados serão todos os conteúdos cobertos pela disciplina.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

1. BRUNER, R. F. **Estudos de Casos em Finanças. Gestão para criação de valor corporativo.** São Paulo: McGraw-Hill, 2009.
2. BRUNER, R. F. **Case Studies in Finance. Managing for Corporate Value Create.** Boston: McGraw-Hill, 2007. 5a ed.
3. DEMELLO, J. **Cases in Finance.** Boston: McGraw-Hill/Irwin, 2005.
4. GITMAN, L. **Princípios de Administração Financeira.**
 - a. Editora Harbra, 1997 ou 2002
 - b. Editora Pearson, 2004 ou posterior
5. DAMODARAN, Aswath. **Finanças corporativas: teoria e prática.** Porto Alegre. Bookman. 2004.
6. ROSS, S. A.; WESTERFIELD, R. W.; JORDAN, J. F.; LAMB, R. **Fundamentos de Administração Financeira.** São Paulo: Atlas, 2013.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

1. ASSAF NETO, A. **Mercado financeiro.** São Paulo: Atlas, 1999.
2. BODIE, Z.; MERTON, R. C. **Finanças.** Porto Alegre: Bookman, 2002.
3. BREALEY, R. A.; MYERS, S. C. **Principles of corporate finance.** New York: MacGraw-Hill, 1988.
4. BRIGHAM, E.; GAPENSK, L. C.; EHRARDT, M. I. C. **Administração Financeira: teoria e prática.** São Paulo: Atlas, 2001.
5. DAMODARAN, Aswath. **Finanças corporativas aplicadas: manual do usuário.** Tradução: Jorge Ritter. Porto Alegre: Bookman, 2002.
6. FORTUNA, E. **Mercado financeiro: produtos e serviços.** 12. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.
7. HULL, J. **Introdução aos mercados futuros e de opções.** 2. ed. São Paulo: BM&F, 1996.
8. LEMES JR. RIGO, C. CHEROBIM, A. P.M. **Administração financeira: princípios, fundamentos e práticas brasileiras.** 2ª edição. Rio de Janeiro: Campus, 2005.
9. ROSS, S. A.; WESTERFIEL, R.; JAFFE, J. **Administração financeira: corporate finance.** São Paulo: Atlas, 1995.
10. WARTHON SCHOOL e outros. **Dominando finanças: financial times.** São Paulo: Makron Books, 2001.

Professor da Disciplina: Rodrigo Oliveira Soares



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
 UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
 SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO GERAL E APLICADA – DAGA
 COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Ficha 2 (variável)

Disciplina: LABORATÓRIO EXTENSIONISTA I						Código: SAOP25	
Natureza:		<input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Optativa					
		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral Modular		<input type="checkbox"/> Anual		<input type="checkbox"/>	
Pré-requisito:		Co-requisito:		Modalidade: <input type="checkbox"/> Totalmente Presencial <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Totalmente EAD <input type="checkbox"/> Parcialmente EAD: _____ *CH			
CH Total: 60							
CH Semanal: 4							
Prática como Componente Curricular (PCC):	Padrão (PD):	Laboratório (LB):	Campo (CP): 44	Estágio (ES):	Orientada (OR): 16	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):
Atividade Curricular de Extensão (ACE): 60							

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Criação de oportunidades de interação entre a universidade, comunidade externa e organizações dentro do Projeto de Extensão:
GESTEX - Gestão em Extensão: aplicação prática de aprendizagens em Gestão de Organizações

PROGRAMA

Sob a luz de conceitos, abordagens e teorias e compará-las com as práticas organizações dos gestores, demonstrando acertos e desafios dos gestores e dos profissionais, evidenciando e valorizando as convergências do conhecimento teórico com a aplicação prática proporcionando maior aprendizagem para os indivíduos e para a organização. Divulgação dos casos por meio de atividades como criação de vídeos e animações, elaboração de textos e materiais didáticos, cursos, eventos e visitas técnicas.

O Programa de Trabalho para o segundo semestre de 2024 consiste no Estudo do Caso do Desenvolvimento Sustentável do Turismo do Caminho do Vinho, na Colônia Mergulhão, na área rural de São José dos Pinhais – PR. No ano de 1999, experiência de parceria entre a prefeitura, empresários, comunidade e outras entidades, estimulando a participação das famílias da colônia para o desenvolvimento do turismo.

25 anos após a implementação do Caminho do Vinho pretende-se verificar as formas de gestão e estratégias desenvolvidas, seus impactos e novas perspectivas alinhando teoria e prática.

OBJETIVO GERAL

- Criar oportunidades de interação entre a universidade, comunidade externa e organizações, visando aplicação e divulgação da aplicação de teorias da área de gestão em organizações privadas, públicas e em comunidades locais.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Promover o alinhamento de práticas organizacionais aos conceitos e aos modelos teóricos da área,
- Demonstrar acertos e desafios dos gestores e dos profissionais, evidenciando e valorizando as convergências do conhecimento teórico com a aplicação prática
- Identificar oportunidades de aplicações práticas dos conceitos teóricos estudados na graduação em Administração, visando divulgar os casos por meio de atividades como criação de vídeos e animações, elaboração de textos e materiais didáticos, cursos, eventos e visitas técnicas.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A metodologia de ensino é composta por aulas virtuais pelo Teams ou previamente gravadas, leitura de materiais, estudo de casos com entrevista semiestruturadas e pesquisas em campo, confecção de um documentário, material para site, debates com outros estudantes e orientações sobre o trabalho final.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A avaliação é composta por atividades individuais e em equipe (realizadas extra-classe).

Sistema de avaliação é processual e contínuo composto de diversas atividades a serem desenvolvidas pelo estudante. O sistema de avaliação da disciplina é composto de:

Tipo de Avaliação	Pontuação
PRIMEIRO BIMESTRE	
Atividades individuais e em equipe com empresários sobre o caso estudado, preenchimento das fichas, entrega de fotografias da história do empreendimento, montagem de material para o site GESTEX	40%
Documentário 1	40%
Elaboração e Organização do Evento	20%
SEGUNDO BIMESTRE	
Atividades individuais e em equipe com empresários sobre o caso estudado, preenchimento das fichas, entrega de fotografias da história do empreendimento, montagem de material para o site GESTEX	30%
Documentário 2	35%
Realização do Evento	35%

A média semestral do aluno será a soma da nota do primeiro e do segundo bimestres dividida por dois.e a nota for igual ou superior a 70 o aluno estará aprovado. Se estiver entre 40 e 69 o aluno deverá fazer a Prova Final.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

GONÇALVES, D. B. **A Ciência e o Capital**: Um debate sobre os avanços da interação entre universidades e empresas em meio ao abandono do Estado. Revista Interdisciplinar Científica Aplicada, v. 17, n. 1, p. 82-99, 2023.

JOHANN, E. R.; DUCLÓS, C. **A Administração como ciência orientada à prática**. Revista ADMpg Gestão Estratégica, Ponta Grossa, v. 6, n. 2, p.17-24, 2013.

MAURICIO, E. M. S. **A Gestão de Pessoas em um Ambiente de Mudança Organizacional e Competitividade** In: FLEURY, M. T. L. ; FICHER, R. M. Gestão de pessoas – os desafios de aproximar a teoria da prática e vice-versa. Revista de Administração. São Paulo, v. 33, n. 2, abr./jun. 1998.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

BARROS, A. A.; CASTRO, C. H. S. Gestão social e gestão pública no desenvolvimento local. In:**Cadernos do Desenvolvimento**. v. 8, n. 12. p. 147-162. jan.-jun. 2013. Disponível em: <http://www.cadernosdodesenvolvimento.org.br/ojs-2.4.8/index.php/cdes/article/view/163>

GOLDSMITH, S.; EGGERS, W. D. **Governar em rede**: o novo formato do setor público. Brasília: ENAP, 2006.

LIMA, L. L., D'ASCENZI, L. **Políticas públicas, gestão urbana e desenvolvimento local**. Porto Alegre: Metamorfose, 2018. Disponível em: http://www1.tce.rs.gov.br/portal/page/portal/tcers/institucional/esgc/biblioteca_eletronica/livros/Pol%EDticas%20P%FAblicas%20-%20Gest%20Urb%20e%20Desenv%20Local.pdf

MALMEGRIN, M. L. **Redes públicas de cooperação local**. 3. ed. Florianópolis : Departamento de Ciências da Administração / UFSC; [Brasília]: CAPES : UAB, 2014. Disponível em: <https://educapes.capes.gov.br/bitstream/capes/145419/1/PNAP%20-%20Modulo%20Especifico%20-%20GPM%20-%20Redes%20Publicas%20de%20Cooperacao%20Local.pdf>

PORTER, M. **Clusters and Competitiveness**. H.S.M. Management, 100, Jul/Aug 1999, 110.

PORTER, M. **Vantagem Competitiva**. 13 ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

UNWTO (World Tourism Organization). **Planning for the Development of Sustainable Tourism at the Municipal Level**.(Guide for Training Municipal Multipliers and Monitors). Madrid: OMT, 2021



Documento assinado eletronicamente por **IOMARA SCANDELARI LEMOS, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 25/02/2025, às 09:29, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7526563** e o código CRC **6959E85A**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
 UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
 SETOR DE SOCIAIS APLICADAS

Coordenação do Curso de ou Departamento de
 Administração

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Ética nas organizações				Código: SAOB11/SA068			
Natureza: <input checked="" type="checkbox"/> Obrigatória <input type="checkbox"/> Optativa		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral Modular		<input type="checkbox"/> Anual		<input type="checkbox"/>	
Pré-requisito: X		Co-requisito: X		Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Totalmente Presencial <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Totalmente EAD <input type="checkbox"/> Parcialmente EAD: _____ *CH			
CH Total: 60 CH Semanal: 4 Prática como Componente Curricular (PCC): Atividade Curricular de Extensão (ACE):	Padrão (PD): 45	Laboratório (LB):	Campo (CP):	Estágio (ES):	Orientada (OR):15	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):

EMENTA

Dimensões conceituais da ética. Definição da organização como um domínio de exercício ético. A práxis organizacional lida sob a perspectiva do exercício da ética. Temas transversais: Educação Ambiental; História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena; Direitos Humanos

PROGRAMA

1. Dimensões conceituais: relação moral e ética; princípios morais 2. Diferentes formas de pensar a ética: os grandes pensadores Módulo II: Dilemas contemporâneos das organizações

1. Relação das organizações com os trabalhadores
2. Relação das organizações com os clientes
3. Relação das organizações com os sócios/acionistas
4. Relação da organização com a sociedade

Temas transversais: Educação Ambiental; História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena; Direitos Humanos

OBJETIVO GERAL

Analisar os diversos aspectos da ética na práxis organizacional, tendo como referência os valores universais da democracia e da justiça

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Compreender os fundamentos morais e éticos do comportamento social;
- Conhecer o código de ética do profissional em Administração;
- Entender as possibilidades e limites da ação ética nas organizações;
- Conhecer as especificidades da ação ética no âmbito das organizações nas áreas funcionais; e Desenvolver uma capacidade de avaliação crítica da ação organizacional em relação aos seus stakeholders.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina será conduzida por meio de Leitura, Apresentação de Conceitos, estudos de caso e debates a serem desenvolvidos pelo professor e pelos alunos de acordo com a programação das aulas. A turma será dividida em grupos de trabalho para resolução de trabalhos em sala e de pesquisa para apresentação. A aula será conduzida de acordo com os seguintes momentos:

1. Apresentação dos conceitos norteadores a partir dos textos de referência
2. Discussão dos textos de leitura obrigatória que devem ser lidos por todos os alunos para todas as aulas;
3. Resolução de situações problemas propostos pela professora;
4. Pesquisa e apresentação das temáticas selecionadas pelo professor.

Os materiais da disciplina (com exceção dos textos de livros, os quais possuem direitos autorais) estão disponíveis na sala da turma no ambiente virtual de aprendizagem

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A escala de avaliação se dará de acordo com os seguintes valores:

Primeiro Bimestre	
Prova 1	25%
Atividades e estudos de caso	25%
Segundo Bimestre	
Prova 2	25%
Atividades e estudos de caso	25%

São dispensados de exame final os alunos que conseguirem aproveitamento de 70% no valor da avaliação da disciplina e a frequência mínima exigida pela legislação da UFPR.

IMPORTANTE 1: atividades desenvolvidas em sala de aula não terão reposição. Em caso de falta, o aluno perde o direito de realizá-la, entregá-la, obter correção e nota do que perdeu.

IMPORTANTE 2: a frequência mínima exigida na disciplina é de 75%. Não há negociação sobre esse critério, abono de faltas ou substituição da presença por qualquer outro tipo de atividade.

IMPORTANTE 3: o controle de frequência será feito em dois momentos: antes do intervalo e após o intervalo. Fora desses momentos, não serão registradas frequências de alunos que chegam tarde e/ou saem cedo.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

Chanlat, Jean-François Repensar as organizações e a sociedade a partir da ética. **Organizações & Sociedade**, v. 29, n. 100, p. 125-153, 2022.

GHILLYER, Andrew W. **Ética nos negócios**. (Série A). 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2014. E-book. p.5. ISBN 9788580554342. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788580554342/>. Acesso em: 25 fev. 2025.

FURROW, Dwight. **Ética**. Porto Alegre: ArtMed, 2007. E-book.p.22. ISBN 9788536309637. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788536309637/>. Acesso em: 25 fev. 2025

MATOS, Francisco Gomes de. **Ética na Gestão Empresarial** - 3ª edição.. 3. ed. Rio de Janeiro: Saraiva Uni, 2017. E-book. p.87. ISBN 9788547209810. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788547209810/>. Acesso em: 25 fev. 2025.

SROUR, Robert. **Ética Empresarial**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2017. E-book. ISBN 9788595156333. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595156333/>. Acesso em: 06 ago. 2024.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

Almeida, Filipe Jorge Ribeiro de Ética e desempenho social das organizações: um modelo teórico de análise dos fatores **Revista de Administração Contemporânea** culturais e contextuais., v.

11, n. 3, p. 105- 125, 2007.

Bergue, Sandro Trescastro Ética como competência: interseções entre a administração e a filosofia. **Revista Gestão e Planejamento**, v. 23, p. 73-87, 2022.

Braga, Beatriz Maria; Kubo, Edson Keyso de Miranda; Oliva, Eduardo Dilemas éticos enfrentados por profissionais de recursos humanos: explorando cursos de ação. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 21, n. 6, p. 832-850, 2017.

Campos, Taiane Las Casas; Bertucci, Janete Lara de Oliveira Dimensões relevantes para definição de políticas para stakeholders: a perspectiva ética e a racionalidade instrumental. **Organizações & Sociedade**, v. 12, n. 34, p. 51-64, 2005.

Cherman, Andrea; Tomei, Patrícia Amélia Códigos de ética corporativa e a tomada de decisão ética: instrumentos de gestão e orientação de valores organizacionais? **Revista de Administração Contemporânea**, v. 9, n. 3, p. 99-120, 2005.

Dias, Maria Olívia Ética, organização e valores ético-morais. em contexto organizacional **Gestão e Desenvolvimento**, v. 22, p. 89-113, 2014.

Fajardo, Bernardo de Abreu Guelber; Leão, Guilherme Abib O efeito Priming na avaliação de ações antiéticas: um estudo experimental. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 1, p. 59-77, 2014.

Fiorini, Filipe A.; Constantino Jr., Roberto; Fernandes, Roberto G.; Cintra, Andreia F. A influência da ética nas práticas sustentáveis das organizações. **Revista Metropolitana de Governança Corporativa**, v. 3, n. 2, p. 19-36, 2018.

Gama, Paulo; Peixoto, Paulo; Seixas, Ana Maria; Almeida, Filipe; Esteves, Denise A ética dos alunos de Administração e de Economia no ensino superior. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 17, n. 5, p. 620-641, 2013.

Gomes, Nanci Fonseca Ética na administração pública: desafios e possibilidades. **Revista de Administração Pública**, v. 48, n. 4, p. 1029-1050, 2014.

Lovison, Aida Maria; Petroll, Martin de La Martinière Ética na publicidade e propaganda: a visão do executivo de agências de comunicação do Rio Grande do Sul. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 9, n. 2, p. 333- 359, 2011.

Malheiro, Alexandra; Jalali, Marjan Sara; Farhangmehr, Minoos Os consumidores se importam com a ética? Um estudo cultural comparativo. **Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios**, v. 2, n. 2, p. 52-76, 2009.

Passos, Elizete **Ética nas organizações**. São Paulo: Atlas, 2013.

Pineda, Eduardo S.; Marroquín, Antonio C J. **Ética nas empresas**. Porto Alegre: Grupo A, 2009. E-book. ISBN 9788563308887. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788563308887/>. Acesso em: 06 ago. 2024.

Rosa, Ellysson Fernandes; Najberg, Estela; Nunes, Lauren de Lacerda; Passador, João Luiz Como a filosofia pode iluminar a gestão pública em tempos de polarização política. **Cad. EBAPE.BR**, v. 19, Edição Especial, p. 723-734, 2021

Souza, Thais Rocha de; Filardi, Fernando; Irigaray, Helio Arthur Reis Compliance no setor de óleo e gás na percepção dos gestores. **Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios**, Florianópolis, v.13, n. 2, p. 129- 166, 2020.

Thiry Cherques, Hermano Roberto Notas sobre barreiras à argumentação moral: ética nas organizações. **Revista de Administração Pública**, v. 33, n. 1, p. 27-32, 1999.

Thiry Cherques, Hermano Roberto O conformismo impaciente: uma interpretação do quadro de referência ética dos jovens executivos nas organizações brasileiras. **Revista de Administração Pública**, v. 38, n. 4, p. 613-642, 2004.

Tolentino, Renata de Sousa da Silva; Gonçalves Filho, Cid; La Falce, Jefferson Lopes O

Comportamento Etico das Corporações Afeta as Relações com suas Marcas? Influência da Percepção Ética do Consumidor (PEC) na Confiança, no Comprometimento e na Lealdade dos Consumidores. **Teoria e Prática em Administração**, v. 9, n. 2, p. 121-136, 2019.

Zylbersztajn, Décio Organização ética: um ensaio sobre comportamento e estrutura das organizações. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 6, n. 2, p. 123-143, 2002.



Documento assinado eletronicamente por **CLEVERSON RENAN DA CUNHA, PROFESSOR 3 GRAU**, em 25/02/2025, às 10:06, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7526868** e o código CRC **9A00190B**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
 UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
 SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Coordenação do Curso de ou Departamento de
 Administração

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Fundamentos da Gestão Organizacional						Código: SA047	
Natureza: <input checked="" type="checkbox"/> Obrigatória <input type="checkbox"/> Optativa		<input type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular					
Pré-requisito: nenhum		Co-requisito: nenhum		Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Totalmente Presencial <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Totalmente EAD <input type="checkbox"/> Parcialmente EAD: _____ *CH			
CH Total: 60h CH Semanal: Prática como Componente Curricular (PCC): Atividade Curricular de Extensão (ACE):	Padrão (PD):	Laboratório (LB):	Campo (CP):	Estágio (ES):	Orientada (OR):	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Conceitos Básicos (Administração: conceituação e características, Organizações: conceito e tipos, Necessidades de recursos tradicionais e modernos em administração, Finalidade das organizações). Formas de Concentração de Empresas. Planejamento; Organização; Direção e Coordenação; Controle. Áreas da Administração, Funções e Integração. Administração e Desenvolvimento Sustentável.

1. Fundamentos da Administração e das Organizações

- 1.1 A administração e seu papel na sociedade contemporânea
- 1.2 As organizações e a administração
- 1.3 O processo da administração
- 1.4 Administração no Brasil
- 1.5 Os desafios da administração no cenário atual

2. Planejamento e Estratégia

- 2.1 Fundamentos do planejamento
- 2.2 Tipos de planos
- 2.3 O papel dos objetivos no planejamento
- 2.4 Administração estratégica
- 2.5 Análise estratégica do ambiente organizacional
- 2.6 Formulação, implementação e controle da estratégia

3. Organização

- 3.1 Fundamentos da organização
- 3.2 Elementos do processo de organização
- 3.3 Poder e Estrutura organizacional
- 3.4 Desenho estrutural das organizações
- 3.5 Modelos Organizacionais
- 3.6 Condicionantes da Estrutura

4. Direção

- 4.1 Fundamentos da direção e sua relevância na administração
- 4.2 Bases do comportamento individual nas organizações
- 4.3 Bases do comportamento em grupo nas organizações
- 4.4 Motivação
- 4.5 Liderança

5. Controle

- 5.1 Fundamentos do controle organizacional
- 5.2 Tipos de controle
- 5.3 O processo de controle
- 5.4 Sistemas de controle
- 5.5 Instrumentos de controle do desempenho organizacional
- 5.6 Fator humano no processo de controle

6. Áreas funcionais da Administração

- 6.1 Introdução às áreas funcionais e sua importância na organização
- 6.2 Fundamentos da sustentabilidade e desenvolvimento sustentável

OBJETIVO GERAL

Compreender os fundamentos da administração e da gestão organizacional, explorando os principais conceitos, processos e áreas funcionais, além de discutir a importância do planejamento, organização, direção e controle na dinâmica empresarial. A disciplina também visa estimular uma visão crítica sobre os desafios contemporâneos da administração, incluindo a sustentabilidade e o impacto das organizações na sociedade.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Definir e analisar os conceitos fundamentais da administração e seu papel na sociedade contemporânea.
- Compreender o funcionamento das organizações e as diferentes formas de estrutura organizacional.
- Examinar os processos administrativos (planejamento, organização, direção e controle)
- Explorar as áreas funcionais da administração, identificando suas interdependências e desdobramentos na gestão organizacional.
- Discutir os desafios e tendências da administração, considerando a importância do desenvolvimento sustentável, avaliando práticas empresariais responsáveis e sua contribuição para o equilíbrio ambiental, social e econômico.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina será desenvolvida por meio de estratégias ativas de ensino-aprendizagem, combinando teoria e prática para aprofundar a compreensão dos conceitos fundamentais. As atividades incluirão:

- Aulas expositivas e dialogadas, com apoio de apresentações e estudo de casos.
- Leituras dirigidas, baseadas na bibliografia recomendada, para aprofundamento dos conteúdos.
- Estudos de caso e análise crítica, incentivando os alunos a aplicar conceitos teóricos a situações reais.
- Debates e discussões em grupo, promovendo reflexões sobre desafios contemporâneos da administração.
- Uso de recursos audiovisuais, como vídeos online, para complementar o aprendizado.
- Avaliação contínua, com participação ativa dos alunos por meio de exercícios, trabalhos individuais e em grupo.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

As avaliações serão compostas por duas provas, cujas datas estão previamente estabelecidas no cronograma. Além disso, as atividades em sala de aula e os trabalhos entregues ao longo do semestre contribuirão para a composição da nota final da disciplina, conforme delimitado:

PRIMEIRO BIMESTRE

1. Prova 1 - 70%
2. Atividades em Sala 20%
3. Trabalhos – 10%

SEGUNDO BIMESTRE

1. Prova 1 - 70%
2. Atividades em Sala 20%
3. Trabalhos – 10%

ATENÇÃO!

Ao longo do semestre, poderão ser realizadas atividades avaliativas não programadas, relacionadas aos conteúdos da disciplina. Essas atividades poderão contribuir para a nota das dinâmicas em sala ou ser consideradas como pontos adicionais nas avaliações gerais, conforme definido pelo professor.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

SOBRAL, F.; PECCI, A. Administração: teoria e prática no contexto brasileiro. 2ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2013.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Fundamentos da administração: introdução à teoria geral e aos processos da administração. 3. ed Rio de Janeiro: LTC, 2015. 312 p.

ROBBINS, S. P.; DECENZO, D. A. Fundamentos de administração: conceitos essenciais e aplicações. 4ª ed. Tradução: Robert Brian Taylor. Revisão técnica: Reinaldo O. da Silva. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

CHIAVENATO, Idalberto. Introdução à teoria geral da administração. 9. ed Barueri (SP): Manole, 2014. P. 654

DIAS, Reinaldo. Gestão ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade. 3. ed São Paulo: Atlas, 2017. 234 p.

HALL, R. H. Organizações: estrutura e processos. 8ª ed. São Paulo: Prentice-Hall do Brasil, 2004.

JONES, G. R.; GEORGE, J. M. Fundamentos da administração contemporânea. 4ª ed. Tradução: Arioaldo Griesi.

Revisão técnica: Gilmar Masiero. Porto Alegre: AMGH, 2012.

WILLIAMS, C. ADM. Tradução: Roberto Galman. Revisão técnica: Sérgio Lex. São Paulo: Cengage Learning, 2010.



Documento assinado eletronicamente por **MARCOS VINICIUS PEREIRA CORREA**,
PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR, em 25/02/2025, às 11:28, conforme art. 1º, III,
"b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador
7527576 e o código CRC **3AE39698**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
 UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
 SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Coordenação do Curso de ou Departamento de
 Administração

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Laboratório Extensionista III				Código: SAOP27			
Natureza: () Obrigatória (X) Optativa		(X) Semestral Modular		() Anual		()	
Pré-requisito: nenhum		Co-requisito: nenhum		Modalidade: () Totalmente Presencial () Totalmente EAD (x) Parcialmente EAD: 56 *CH			
CH Total: 60 hrs, CH Semanal:	Padrão (PD):	Laboratório (LB):	Campo (CP):	Estágio (ES):	Orientada (OR):	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):
Prática como Componente Curricular (PCC):							
Atividade Curricular de Extensão (ACE): 15h							

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Articulação de teoria e prática no campo da gestão. Atividades de planejamento, execução e avaliação relacionadas à gestão, que atendam às demandas sociais da comunidade externa e que sejam caracterizadas pelos cinco princípios extensionistas: interação dialógica; interdisciplinaridade e interprofissionalidade; indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão; impacto na formação do estudante; e impacto e transformação social.

PROGRAMA

- Busca de artigos científicos
- Leitura de artigos científicos
- Elaboração de textos com base em artigos científicos
- Elaboração de formas de comunicação para divulgar pesquisa científica.

OBJETIVO GERAL

Divulgar conteúdo científicos para a comunidade externa à Universidade

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Identificar artigos interessantes para a comunidade externa à Universidade
- Realizar diferentes formas de divulgação deste artigo
- Realizar atividade de transformação social e estimular o desenvolvimento regional, pela divulgação de conteúdos científicos
- Ampliar a relação do curso de Administração com os demais segmentos da sociedade, pela troca de saberes
- Relacionar ensino, pesquisa e extensão
- Estimular a cidadania e a interdisciplinaridade dos discentes

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina será desenvolvida por meio da busca ativa de artigos científicos, seguida da leitura e interpretação dos dados. Além disso, os alunos realizarão entrevistas com especialistas para aprofundar o entendimento sobre temas relevantes da Administração. Também conduzirão entrevistas com empresas, a fim de explorar as temáticas escolhidas sob a orientação do professor.

Na sequência, os discentes produzirão diferentes formatos de mídia, como vídeos e áudios, para divulgação em redes sociais e plataformas de comunicação, incluindo YouTube, Spotify, Facebook, Instagram, TikTok, X e demais canais da internet.

Para a realização das atividades, serão utilizados computadores, internet e softwares específicos.

Esta disciplina será oferecida como ACE II, por se tratar de uma disciplina optativa, com previsão de destinação parcial ou total da carga horária para a participação em ações vinculadas a Programas ou Projetos de Extensão.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

As atividades serão realizadas em grupos de 2 a 4 discentes (a ser definido no primeiro dia de aula). Serão buscados, analisados e divulgados dois artigos científicos ao longo do semestre, além de uma entrevista com especialista sobre termo de administração e uma entrevista com empresa sobre uma empresa de Curitiba.

As datas das entregas dos materiais estão definidas no cronograma da disciplina.

Serão avaliados em cada material: completude das informações, clareza em relação a linguagem utilizada, compreensibilidade para o público-alvo.

A nota final da disciplina será a soma simples das entregas realizadas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

Como são feitas as pesquisas científicas. **Viva Saúde**. v. 8, n. 105, 2012. p. 48-51.

GUEDES, Maria das Graças Targino Moreira. **Comunicação científica**: o artigo de periódico nas atividades de ensino e pesquisa do docente universitário brasileiro na Pós-Graduação. 1998. 381p. Tese(doutorado)- Universidade de Brasília, Faculdade de Estudos Sociais Aplicados, Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação Defesa: Brasília, 1998.

KÖCHE, José Carlos. **Fundamentos de metodologia científica**: teoria da ciência e iniciação à pesquisa. 23.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006. 182 p.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

Como são feitas as pesquisas científicas. **Viva Saúde**. v. 8, n. 105, 2012. p. 48-51.

GUEDES, Maria das Graças Targino Moreira. **Comunicação científica**: o artigo de periódico nas atividades de ensino e pesquisa do docente universitário brasileiro na Pós-Graduação. 1998. 381p. Tese(doutorado)- Universidade de Brasília, Faculdade de Estudos Sociais Aplicados, Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação Defesa: Brasília, 1998.

KÖCHE, José Carlos. **Fundamentos de metodologia científica**: teoria da ciência e iniciação à pesquisa. 23.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006. 182 p.



Documento assinado eletronicamente por **MARCOS VINICIUS PEREIRA CORREA**,
PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR, em 25/02/2025, às 11:39, conforme art. 1º, III,
"b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador
7527689 e o código CRC **827F7AC1**.

Ficha 2

Disciplina: Administração Estratégica – N1		Código: SA109
Natureza: (x) Obrigatória () Optativa	(x) Semestral () Anual () Modular	
Pré-requisito: Nenhum	Co-requisito: Nenhum	Modalidade: (x) Totalmente Presencial () Totalmente EaD () Parcialmente EaD ___*C.H.
<p>CH Total: 60h (45PD + 15OR)</p> <p>CH semanal: 4h</p>		
<p>EMENTA</p> <p>Análise ambiental interna e externa. Decisão estratégica competitiva e corporativa. Indicadores de desempenho estratégico. Aplicações em empresas de diferentes setores, tamanhos e contextos. Temas e ferramentas emergentes no campo da decisão estratégica.</p>		
<p>PROGRAMA (itens de cada unidade didática)</p>		
<p>1. Fundamentos Conceituais e Históricos da Administração Estratégica</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Conceitos-chave em administração estratégica ● Origem e desenvolvimento da administração estratégica 		
<p>2. Conteúdo Estratégico</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Introdução à Administração estratégica ● O ambiente externo: oportunidades, ameaças, competição na indústria e análise dos concorrentes ● O ambiente interno: recursos, capacitações e competências essenciais ● Estratégia no nível de negócios ● Estratégia no nível corporativo ● Estratégias de Diversificação ● Estratégias de aquisição, fusão e reestruturação ● Estratégias de cooperação ● Estratégias de internacionalização 		
<p>3. Processo Estratégico</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Introdução à implementação e ao controle estratégicos 		

SEMANA	DATA	TEMA	REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO
01	12/03	- Apresentação da disciplina - Origem e desenvolvimento da administração estratégica - Conceitos básicos	Conteúdo e atividades baseadas em Hitt, Ireland e Hoskisson cap.1.
02	19/03	- Liderança e o processo de administração estratégica	Conteúdo e atividades baseadas em Hitt, Ireland e Hoskisson cap.12.
03	26/03		Conteúdo e atividades baseadas em Hitt, Ireland e Hoskisson, cap.3.
04	02/04	- Ambiente interno (VBR)	Conteúdo e atividades baseadas em Hitt, Ireland e Hoskisson, cap.3.
05	09/04	- Ambiente externo: Análise da indústria (setor)	Conteúdo e atividades baseadas Hitt, Ireland e Hoskisson cap.2.
06	16/04	- Estratégia no nível de negócios	Conteúdo e atividades baseadas em Hitt, Ireland e Hoskisson, cap.4.
07	23/04	EIGHT	GESTÃO ESTRATÉGICA NO TERCEIRO SETOR
08	30/04	Avaliação somativa, individual, por escrito e sem consulta.	
09	07/05	- Estratégia no nível corporativo: Diversificação	Hitt, Ireland e Hoskisson cap.6.
10	14/05	- Estratégias de cooperação	Conteúdo e atividades baseadas em Hitt, Ireland e Hoskisson cap.9.
11	21/05	- Governança corporativa	Conteúdo e atividades baseadas em Hitt,

			Ireland e Hoskisson cap.10.
12	28/05	- Estratégias de internacionalização	Conteúdo e atividades baseadas em Hitt, Ireland e Hoskisson, cap.8.
13	04/06	Finalização dos projetos e última etapa do Rei/Rainha da Estratégia	
14	11/06	Apresentação dos resultados dos projetos	
15	18/06	Avaliação somativa, individual, por escrito e sem consulta.	
16	09/07	Exame final	

OBJETIVO GERAL

Apresentar fundamentos conceituais, teóricos e práticos da administração estratégica.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Discutir o papel da estratégia e análise ambiental na consecução dos objetivos organizacionais;
- b) Enfatizar a convergência da estratégia, seus desdobramentos e alterações provocadas nas estruturas organizacionais;
- c) Criar um ambiente que estimule o(a) estudante a relacionar-se criticamente com as informações apreendidas, por meio da reflexão.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina será desenvolvida mediante aulas expositivo-dialogadas e metodologias ativas, quando serão discutidos os conteúdos curriculares. Serão utilizados os seguintes recursos: quadro de giz, notebook e projetor multimídia. Atividades serão realizadas a partir da exposição e diálogo sobre os conteúdos de cada aula, divididas em duas principais etapas: (1) apresentação do conteúdo da aula de forma dialógica e interativa com os alunos, ou por meio de estratégias didáticas de metodologias ativas, (2) dinâmicas individuais ou em grupo realizadas em sala de aula, a partir de diversificadas atividades proposta pelo professor.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A nota da disciplina será a média das notas do primeiro e segundo bimestre, conforme apresentado abaixo. A nota bimestral é composta pela prova individual (formal, por escrito, sem consulta), atividades individuais e/ou em equipe, realizadas em classe e extraclasse, participação positiva e trabalho. Se a nota final for igual ou superior a 70 o(a) estudante está aprovado. Se estiver entre 40 e 69 o aluno deverá fazer Exame Final. Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o(a) estudante estará reprovado(a).

A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h). Não há negociação sobre a frequência nas aulas, abono de

faltas ou substituição da presença por qualquer outro tipo de atividade. A nota semestral da disciplina será composta da seguinte forma:

Tipo de Avaliação	Data	Valor
Primeiro bimestre		
Avaliação	Durante as aulas	25 pontos
Atividades	30/04	25 pontos
Segundo bimestre		
Avaliação	Durante as aulas	25 pontos
Atividades	18/06	25 pontos

DINÂMICA DAS AULAS

- As chamadas serão realizadas no início de cada aula.
- É de responsabilidade do aluno responder chamada. Se o ruído da sala prejudicar poderá ser imputado falta.
- A tolerância para atraso dos estudantes é de 10 minutos, depois disso, o estudante que não se encontrar em sala de aula terá registrada a falta no diário de classe.
- O limite de faltas é 25% da carga horária total da disciplina.
- Os trabalhos devem ser entregues tempestivamente. Trabalhos em atraso terão a nota reduzida diariamente, a saber: 1 dia de atraso 50%
- Não haverá segunda chamada de prova, salvo nos casos previstos em Lei. Os dias de prova estão agendados e caberá ao(à) estudante providenciar as condições de comparecer aos compromissos acadêmicos.
- As atividades avaliativas (exceto pelas provas que estão previamente agendadas) podem ser realizadas em qualquer momento da aula, não cabendo qualquer tipo de reposição ou substituição.
- A programação da disciplina pode sofrer pequenas alterações em função de mudanças do calendário acadêmico da UFPR.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

Barney J. B.; Hesterly W. S. **Administração estratégica e vantagem competitiva: conceitos e casos.** 3ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2017.

Hitt, M. A.; Ireland, R. D.; Hoskisson, R. E. **Administração estratégica.** 2ª ed. brasileira (tradução da 10 ed. norte-americana). São Paulo: Cengage Learning, 2011.



BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BESANKO, D.; DRANOVE, D.; SHANLEY, M.; SCHAEFER, S. **A economia da estratégia**. Porto Alegre: Bookman, 2007.

GAMBLE, J.E.; THOMPSON, A.A.J. **Fundamentos da Administração Estratégica: A busca pela vantagem competitiva**. Porto Alegre: AMGH, 2012.

MINTZBERG, H. **Ascensão e queda do planejamento estratégico**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. **Safári de estratégia: Um roteiro pela selva do planejamento estratégico**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

PORTER, M. **Estratégia competitiva: Técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. Rio de Janeiro: Campus, 1986.

PORTER, M. **Vantagem competitiva: Criando e sustentando um desempenho superior**. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

Professor da Disciplina: Glauco Gomes de Menezes

Assinatura: _____

Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: _____

Assinatura: _____



Ficha 2

Disciplina: Análise Ambiental e Decisão Estratégica – N1		Código: SA0B01
Natureza: (x) Obrigatória () Optativa	(x) Semestral () Anual () Modular	
Pré-requisito: Nenhum	Co-requisito: Nenhum	Modalidade: (x) Totalmente Presencial () Totalmente EaD () Parcialmente EaD ___*C.H.
CH Total: 60h (45PD + 15OR) CH semanal: 4h		
EMENTA		
<p>Análise ambiental interna e externa. Decisão estratégica competitiva e corporativa. Indicadores de desempenho estratégico. Aplicações em empresas de diferentes setores, tamanhos e contextos. Temas e ferramentas emergentes no campo da decisão estratégica.</p>		
PROGRAMA (itens de cada unidade didática)		
1. Fundamentos Conceituais e Históricos da Administração Estratégica		
<ul style="list-style-type: none">● Conceitos-chave em administração estratégica● Origem e desenvolvimento da administração estratégica		
2. Conteúdo Estratégico		
<ul style="list-style-type: none">● Introdução à Administração estratégica● O ambiente externo: oportunidades, ameaças, competição na indústria e análise dos concorrentes● O ambiente interno: recursos, capacitações e competências essenciais● Estratégia no nível de negócios● Estratégia no nível corporativo● Estratégias de Diversificação● Estratégias de aquisição, fusão e reestruturação● Estratégias de cooperação● Estratégias de internacionalização		
3. Processo Estratégico		
<ul style="list-style-type: none">● Introdução à implementação e ao controle estratégicos		

SEMANA	DATA	TEMA	REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO
01	12/03	- Apresentação da disciplina - Origem e desenvolvimento da administração estratégica - Conceitos básicos	Conteúdo e atividades baseadas em Hitt, Ireland e Hoskisson cap.1.
02	19/03	- Liderança e o processo de administração estratégica	Conteúdo e atividades baseadas em Hitt, Ireland e Hoskisson cap.12.
03	26/03		Conteúdo e atividades baseadas em Hitt, Ireland e Hoskisson, cap.3.
04	02/04	- Ambiente interno (VBR)	Conteúdo e atividades baseadas em Hitt, Ireland e Hoskisson, cap.3.
05	09/04	- Ambiente externo: Análise da indústria (setor)	Conteúdo e atividades baseadas Hitt, Ireland e Hoskisson cap.2.
06	16/04	- Estratégia no nível de negócios	Conteúdo e atividades baseadas em Hitt, Ireland e Hoskisson, cap.4.
07	23/04	EIGHT	GESTÃO ESTRATÉGICA NO TERCEIRO SETOR
08	30/04	Avaliação somativa, individual, por escrito e sem consulta.	
09	07/05	- Estratégia no nível corporativo: Diversificação	Hitt, Ireland e Hoskisson cap.6.
10	14/05	- Estratégias de cooperação	Conteúdo e atividades baseadas em Hitt, Ireland e Hoskisson cap.9.
11	21/05	- Governança corporativa	Conteúdo e atividades baseadas em Hitt,

			Ireland e Hoskisson cap.10.
12	28/05	- Estratégias de internacionalização	Conteúdo e atividades baseadas em Hitt, Ireland e Hoskisson, cap.8.
13	04/06	Finalização dos projetos e última etapa do Rei/Rainha da Estratégia	
14	11/06	Apresentação dos resultados dos projetos	
15	18/06	Avaliação somativa, individual, por escrito e sem consulta.	
16	09/07	Exame final	

OBJETIVO GERAL

Apresentar fundamentos conceituais, teóricos e práticos da administração estratégica.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Discutir o papel da estratégia e análise ambiental na consecução dos objetivos organizacionais;
- b) Enfatizar a convergência da estratégia, seus desdobramentos e alterações provocadas nas estruturas organizacionais;
- c) Criar um ambiente que estimule o(a) estudante a relacionar-se criticamente com as informações apreendidas, por meio da reflexão.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina será desenvolvida mediante aulas expositivo-dialogadas e metodologias ativas, quando serão discutidos os conteúdos curriculares. Serão utilizados os seguintes recursos: quadro de giz, notebook e projetor multimídia. Atividades serão realizadas a partir da exposição e diálogo sobre os conteúdos de cada aula, divididas em duas principais etapas: (1) apresentação do conteúdo da aula de forma dialógica e interativa com os alunos, ou por meio de estratégias didáticas de metodologias ativas, (2) dinâmicas individuais ou em grupo realizadas em sala de aula, a partir de diversificadas atividades proposta pelo professor.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A nota da disciplina será a média das notas do primeiro e segundo bimestre, conforme apresentado abaixo. A nota bimestral é composta pela prova individual (formal, por escrito, sem consulta), atividades individuais e/ou em equipe, realizadas em classe e extraclasse, participação positiva e trabalho. Se a nota final for igual ou superior a 70 o(a) estudante está aprovado. Se estiver entre 40 e 69 o aluno deverá fazer Exame Final. Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o(a) estudante estará reprovado(a).

A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h). Não há negociação sobre a frequência nas aulas, abono de

faltas ou substituição da presença por qualquer outro tipo de atividade. A nota semestral da disciplina será composta da seguinte forma:

Tipo de Avaliação	Data	Valor
Primeiro bimestre		
Avaliação	Durante as aulas	25 pontos
Atividades	30/04	25 pontos
Segundo bimestre		
Avaliação	Durante as aulas	25 pontos
Atividades	18/06	25 pontos

DINÂMICA DAS AULAS

- As chamadas serão realizadas no início de cada aula.
- É de responsabilidade do aluno responder chamada. Se o ruído da sala prejudicar poderá ser imputado falta.
- A tolerância para atraso dos estudantes é de 10 minutos, depois disso, o estudante que não se encontrar em sala de aula terá registrada a falta no diário de classe.
- O limite de faltas é 25% da carga horária total da disciplina.
- Os trabalhos devem ser entregues tempestivamente. Trabalhos em atraso terão a nota reduzida diariamente, a saber: 1 dia de atraso 50%
- Não haverá segunda chamada de prova, salvo nos casos previstos em Lei. Os dias de prova estão agendados e caberá ao(à) estudante providenciar as condições de comparecer aos compromissos acadêmicos.
- As atividades avaliativas (exceto pelas provas que estão previamente agendadas) podem ser realizadas em qualquer momento da aula, não cabendo qualquer tipo de reposição ou substituição.
- A programação da disciplina pode sofrer pequenas alterações em função de mudanças do calendário acadêmico da UFPR.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

Barney J. B.; Hesterly W. S. **Administração estratégica e vantagem competitiva: conceitos e casos.** 3ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2017.

Hitt, M. A.; Ireland, R. D.; Hoskisson, R. E. **Administração estratégica.** 2ª ed. brasileira (tradução da 10 ed. norte-americana). São Paulo: Cengage Learning, 2011.



BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BESANKO, D.; DRANOVE, D.; SHANLEY, M.; SCHAEFER, S. **A economia da estratégia**. Porto Alegre: Bookman, 2007.

GAMBLE, J.E.; THOMPSON, A.A.J. **Fundamentos da Administração Estratégica: A busca pela vantagem competitiva**. Porto Alegre: AMGH, 2012.

MINTZBERG, H. **Ascensão e queda do planejamento estratégico**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. **Safári de estratégia: Um roteiro pela selva do planejamento estratégico**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

PORTER, M. **Estratégia competitiva: Técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. Rio de Janeiro: Campus, 1986.

PORTER, M. **Vantagem competitiva: Criando e sustentando um desempenho superior**. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

Professor da Disciplina: Glauco Gomes de Menezes

Assinatura: _____

Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: _____

Assinatura: _____



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Coordenação do Curso de ou Departamento de Administração - DAGA

Ficha 2 (variável)

Disciplina: GESTÃO DE OPERAÇÕES: PRODUÇÃO Código: SAOB13 - TURMA M1

Natureza: (X) Obrigatória () Optativa	(X) Semestral	() Anual	() Modular
--	-----------------	-----------	-------------

Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: () Totalmente Presencial () Totalmente EAD () Parcialmente EAD: _15 hs_____ *CH
----------------	---------------	--

CH Total: 4:00 HS CH Semanal: 60 HS Prática como Componente Curricular (PCC): Atividade Curricular de Extensão (ACE):	Padrão (PD):	Laboratório (LB):	Campo (CP):	Estágio (ES):	Orientada (OR):	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):
--	--------------	-------------------	-------------	---------------	-----------------	--------------------------	---------------------------------------

EMENTA

Introdução a Administração da Produção. Processos de Produção. Critérios de Desempenho. Trade-offs. Estratégia de Produção. Objetivos qualificadores e ganhadores de pedidos. Demanda dependente e independente. Programação, Carregamento, Sequenciamento, Monitoramento e Controle. Conceito de sistemas e tipos de produção. O ERP (Enterprise Resource Planning), S&OP (Sales and Operation Planning), IBP(Integrated Business Planning),MPS (Master Production Scale), MRP (Materials Requirement Planning). Previsão de demanda. Produção Enxuta (JIT e Kanban), produção puxada x empurrada. Estudo de localização industrial. Desenvolvimento do produto e do processo. Projeto da capacidade produtiva. Arranjo físico e fluxo. Planejamento da capacidade. Programação, Carregamento, Sequenciamento, Monitoramento e Controle. Conceito de sistemas de produção e tipos de produção. O ERP (Enterprise Resource Planning), S&OP (Sales and Operation Planning), IBP(Integrated Business Planning),MPS (Master Production Scale), MRP (Materials Requirement Planning). Previsão de demanda. Produção Enxuta. Estudo de localização industrial. Desenvolvimento do produto e do processo. Projeto da capacidade produtiva. Arranjo físico e fluxo. Planejamento da capacidade.

PROGRAMA

1. Introdução a Administração da Produção. Processos de Produção. Critérios de Desempenho da Produção. Trade-offs entre objetivos de Desempenho e o efeito.
2. Estratégia de Produção. Objetivos qualificadores e ganhadores de pedidos. Demanda dependente e independente.
3. Programação, Carregamento, Sequenciamento, Monitoramento e Controle.
4. Conceito de sistemas de produção e tipos de produção.
5. O ERP (Enterprise Resource Planning), S&OP (Sales and Operation Planning), IBP(Integrated Business Planning),MPS (Master Production Scale), MRP (Material Requirement Planning).
6. Previsão de demanda.
7. Produção Enxuta (JIT e Kanban), produção puxada x empurrada.
8. Estudo de localização industrial
9. Desenvolvimento do produto e do processo
10. Projeto da capacidade produtiva
11. Arranjo físico e fluxo
12. Planejamento da capacidade

OBJETIVO GERAL

O aluno deverá ser capaz de entender a estratégia e o processo de planejamento e controle da produção (PCP). Conhecer as ferramentas e técnicas aplicadas, a abordagem, do nível estratégico dos planos de produção até o processo operacional, desenvolvendo as habilidades específicas para a sua atuação na Gestão Operacional.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Assimilação de conceitos e teorias de administração da produção e operações que sejam utilizadas com base na Administração da Produção. Conhecimento das técnicas utilizadas para a produção de bens e serviços salientando as melhorias que podem gerar maior qualidade e produtividade.

Capacitar o aluno a aplicar os conceitos e técnicas de produção sugerir melhorias nos processos produtivos.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

Procedimentos didáticos para atividades à distância:

1. Sistema de Comunicação: Microsoft Teams

O sistema de comunicação diz respeito a maneira como será feita a comunicação entre professor e alunos e dentre alunos. No âmbito da disciplina de Estratégia de Produção principal canal de comunicação será UFPR presencial.

1. Material didático específico: (**sugestão**)

Os materiais didáticos serão utilizados pelo aluno para a consecução dos objetivos da disciplina. Tais materiais serão diversificados e terão origem de distintas fontes, a saber:

1. Apostila da disciplina: material didático elaborado pelo professor, que contemplará uma visão geral de cada unidade didática, expondo conceitos-chave e aspectos relevantes dos temas, além de exemplos.
2. Guia de atividades: para cada aula será elaborada uma ou mais atividades específicas a respeito de cada unidade didática.
3. Disponibilização de Links externos: de vídeos ou de reportagens relacionadas com o tema de cada aula.
4. Artigos acadêmicos.
5. Livros da bibliografia básica.

c. Previsão de período de ambientação dos recursos tecnológicos a serem utilizados pelos discentes:

A primeira semana da disciplina será dedicada a apresentação da disciplina e também para ambientação com os recursos tecnológicos a serem utilizados.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A nota semestral da disciplina será composta da seguinte maneira (**sugestão**):

1. 02 atividades individuais – 10 pontos cada atividade
2. 01 atividade em equipe – 20 pontos
3. 02 provas individuais – 70 pontos

A média semestral do aluno resultará do somatório das atividades individuais e em equipe, e da nota da prova.

Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado.

Se estiver entre 40 e 69 o aluno deverá fazer Exame Final.

Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o aluno estará reprovado.

IMPORTANTE:

A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h).

SEGUNDA CHAMADA:

De acordo com a resolução, no seu **art. 12 §7º**, fica garantido ao aluno a realização de segunda chamada das avaliações e do exame final. Além disso, no seu mediante prévio e motivado requerimento, a realização de segunda chamada de avaliações e de exame final em data alternativa.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

CORRÊA, H.L.; GIANESI, I.G.N. **Planejamento, programação e controle da produção**. São Paulo: Atlas, 1999.

SLACK, N. et alii. **Administração da produção** (ed. integral). São Paulo: Atlas, 2002.

FERNANDES, Flávio César Faria; GODINHO-FILHO, Moacir. **Planejamento e controle da produção: dos fundamentos ao essencial**. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 201

MOREIRA, D. A. **Introdução à administração da produção e operações**. São Paulo: Pioneira, 1998.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

CORRÊA, H.L.; GIANESI, I.G.N. **Planejamento, programação e controle da produção**. São Paulo: Atlas, 1999.

SLACK, N. et alii. **Administração da produção** (ed. integral). São Paulo: Atlas, 2002.

FERNANDES, Flávio César Faria; GODINHO-FILHO, Moacir. **Planejamento e controle da produção: dos fundamentos ao essencial**. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 201

MOREIRA, D. A. **Introdução à administração da produção e operações**. São Paulo: Pioneira, 1998.

CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO DETALHADO DAS AULAS

*cenário: AULA TERÇA-FEIRA – MANHÃ (TURMA M1)

SEMANA	AULA	DATA	TEMA	LEITURAS OBRIGATÓRIAS	CH SEMANAL
01	01	11/03	SEMANA DE AMBIENTAÇÃO	Semana dedicada aos ajustes necessários de inscrição na disciplina, para sanar dúvidas de acesso dos alunos e demandas operacionais.	04
02	02	18/03	Introdução a Adm da Produção - Panorama do Sistema Logística-Produção		04
03	03	25/03	Projeto de produto e do processo e operações de serviços		04
04	04	01/04	Estratégia de produção – Demanda e Programação	Objetivos Qualificadores e Ganhadores de pedidos. Carregamento. Sequenciamento	04
05	05	08/04	Exercícios de Planejamento da Capacidade		04
06	06	15/04	Estudo de Localização Industrial		04
07	07	22/04	Prova Bimestral	Prova Escrita individual e sem consulta	04
08	08	29/04	Arranjo Físico – Sistemas e Tipos de Produção		04
09	09	06/05	ERP, S&O, IBP, MPS, MRP. (SEMANA SIEPE)	ERP(Enterprise Resource Planning), S&OP (Sales and Operation Planning), IBP(Integrated Business Planning),MPS (Master Production Scale), MRP (Materials Requirement Planning).	04
10	10	03/06	Produção Enxuta (JIT e Kanban), produção puxada x empurrada.		04
11	11	10/06	Previsão da Demanda		04
12	12	17/06	Balanceamento de linhas de Produção / Planejamento da Capacidade		04
13	13	24/06	Prova Bimestral	Prova Escrita individual e sem consulta	04

14	14	01/07	Correção e apresentação das provas		04
15	15	08/07	EXAME FINAL	Prova Escrita individual e sem consulta	04



Documento assinado eletronicamente por **ROBERTO CERVI, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 05/03/2025, às 10:02, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7543879** e o código CRC **2BEF07AC**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Coordenação do Curso de ou Departamento de
DAGA

Ficha 2 (variável)

Disciplina: GESTÃO DE OPERAÇÕES: PRODUÇÃO		Código: SAOB13 - TURMA N1
Natureza: (X) Obrigatória () Optativa	(X) Semestral Modular	() Anual ()
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: () Totalmente Presencial () Totalmente EAD () Parcialmente EAD: 15 HS *CH

CH Total: 60 HS							
CH Semanal: 4:00HS							
Prática como Componente Curricular (PCC):	Padrão (PD):	Laboratório (LB):	Campo (CP):	Estágio (ES):	Orientada (OR):	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):
Atividade Curricular de Extensão (ACE):							

EMENTA

Introdução a Administração da Produção. Processos de Produção. Critérios de Desempenho. Trade-offs. Estratégia de Produção. Objetivos qualificadores e ganhadores de pedidos. Demanda dependente e independente. Programação, Carregamento, Sequenciamento, Monitoramento e Controle. Conceito de sistemas e tipos de produção. O ERP (Enterprise Resource Planning), S&OP (Sales and Operation Planning), IBP(Integrated Business Planning),MPS (Master Production Scale), MRP (Materials Requirement Planning). Previsão de demanda. Produção Enxuta (JIT e Kanban), produção puxada x empurrada. Estudo de localização industrial. Desenvolvimento do produto e do processo. Projeto da capacidade produtiva. Arranjo físico e fluxo. Planejamento da capacidade. Programação, Carregamento, Sequenciamento, Monitoramento e Controle. Conceito de sistemas de produção e tipos de produção. O ERP (Enterprise Resource Planning), S&OP (Sales and Operation Planning), IBP(Integrated Business Planning),MPS (Master Production Scale), MRP (Materials Requirement Planning). Previsão de demanda. Produção Enxuta. Estudo de localização industrial. Desenvolvimento do produto e do processo. Projeto da capacidade produtiva. Arranjo físico e fluxo. Planejamento da capacidade.

PROGRAMA

1. Introdução a Administração da Produção. Processos de Produção. Critérios de Desempenho da Produção. Trade-offs entre objetivos de Desempenho e o efeito chicote.
2. Estratégia de Produção. Objetivos qualificadores e ganhadores de pedidos. Demanda dependente e independente.
3. Programação, Carregamento, Sequenciamento, Monitoramento e Controle.
4. Conceito de sistemas de produção e tipos de produção.
5. O ERP (Enterprise Resource Planning), S&OP (Sales and Operation Planning), IBP(Integrated Business Planning),MPS (Master Production Scale), MRP (Materials Requirement Planning).
6. Previsão de demanda.
7. Produção Enxuta (JIT e Kanban), produção puxada x empurrada.
8. Estudo de localização industrial
9. Desenvolvimento do produto e do processo
10. Projeto da capacidade produtiva
11. Arranjo físico e fluxo
12. Planejamento da capacidade

OBJETIVO GERAL

O aluno deverá ser capaz de entender a estratégia e o processo de planejamento e controle da produção (PCP). Conhecer as ferramentas e técnicas aplicadas a cada abordagem, do nível estratégico dos planos de produção até o processo operacional, desenvolvendo as habilidades específicas para a sua atuação na Gestão da Produção.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Assimilação de conceitos e teorias de administração da produção e operações que sejam utilizadas com base na Administração da Produção. Conhecimento das diversas técnicas utilizadas para a produção de bens e serviços salientando as melhorias que podem gerar maior qualidade e produtividade.

Capacitar o aluno a aplicar os conceitos e técnicas de produção sugerir melhorias nos processos produtivos.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

Procedimentos didáticos para atividades à distância:

Sistema de Comunicação: Microsoft Teams

O sistema de comunicação diz respeito a maneira como será feita a comunicação entre professor e alunos e dentre alunos. No âmbito da disciplina de Estratégias de Produção principal canal de comunicação será UFPR presencial.

Material didático específico: (**sugestão**)

Os materiais didáticos serão utilizados pelo aluno para a consecução dos objetivos da disciplina. Tais materiais serão diversificados e terão origem de distintas fontes, a saber:

1. Apostila da disciplina: material didático elaborado pelo professor, que contemplará uma visão geral de cada unidade didática, expondo conceitos-chave e aspectos relevantes dos temas, além de exemplos.
2. Guia de atividades: para cada aula será elaborada uma ou mais atividades específicas a respeito de cada unidade didática.
3. Disponibilização de Links externos: de vídeos ou de reportagens relacionadas com o tema de cada aula.
4. Artigos acadêmicos.
5. Livros da bibliografia básica.

c. Previsão de período de ambientação dos recursos tecnológicos a serem utilizados pelos discentes:

A primeira semana da disciplina será dedicada a apresentação da disciplina e também para ambientação com os recursos tecnológicos a serem utilizados.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A nota semestral da disciplina será composta da seguinte maneira (**sugestão**):

02 atividades individuais – 10 pontos cada atividade

01 atividade em equipe – 20 pontos

02 provas individuais – 70 pontos

A média semestral do aluno resultará do somatório das atividades individuais e em equipe, e da nota da prova.

Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado.

Se estiver entre 40 e 69 o aluno deverá fazer Exame Final.

Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o aluno estará reprovado.

IMPORTANTE:

A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h).

SEGUNDA CHAMADA:

De acordo com a resolução, no seu **art. 12 §7º**, fica garantido ao aluno a realização de segunda chamada das avaliações e do exame final. Além disso, no seu **§8º**, mediante prévio e motivado requerimento, a realização de segunda chamada de avaliações e de exame final em data alternativa.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

CORRÊA, H.L.; GIANESI, I.G.N. **Planejamento, programação e controle da produção**. São Paulo: Atlas, 1999.

SLACK, N. et alii. **Administração da produção** (ed. integral). São Paulo: Atlas, 2002.

FERNANDES, Flávio César Faria; GODINHO-FILHO, Moacir. **Planejamento e controle da produção: dos fundamentos ao essencial**. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MOREIRA, D. A. **Introdução à administração da produção e operações**. São Paulo: Pioneira, 1998.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

CORRÊA, H.L.; GIANESI, I.G.N. **Planejamento, programação e controle da produção**. São Paulo: Atlas, 1999.

SLACK, N. et alii. **Administração da produção** (ed. integral). São Paulo: Atlas, 2002.

FERNANDES, Flávio César Faria; GODINHO-FILHO, Moacir. **Planejamento e controle da produção: dos fundamentos ao essencial**. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MOREIRA, D. A. **Introdução à administração da produção e operações**. São Paulo: Pioneira, 1998.

CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO DETALHADO DAS AULAS

*cenário: AULA TERÇA-FEIRA – NOITE (TURMA N1)

SEMANA	AULA	DATA	TEMA	LEITURAS OBRIGATÓRIAS	CH SEMANAL
01	01	11/03	SEMANA DE AMBIENTAÇÃO	Semana dedicada aos ajustes necessários de inscrição na disciplina, para sanar dúvidas de acesso dos alunos e demandas operacionais.	04
02	02	18/03	Introdução a Adm da Produção - Panorama do Sistema Logística-Produção		04
03	03	25/03	Projeto de produto e do processo e operações de serviços		04
04	04	01/04	Estratégia de produção – Demanda e Programação	Objetivos Qualificadores e Ganhadores de pedidos. Carregamento. Sequenciamento	04
05	05	08/04	Exercícios de Planejamento da Capacidade		04
06	06	15/04	Estudo de Localização Industrial		04
07	07	22/04	Prova Bimestral	Prova Escrita individual e sem consulta	04
08	08	29/04	Arranjo Físico – Sistemas e Tipos de Produção		04
09	09	06/05	ERP, S&O , IBP, MPS, MRP. (SEMANA SIEPE)	ERP(Enterprise Resource Planning), S&OP (Sales and Operation Planning), IBP(Integrated Business Planning),MPS (Master Production Scale), MRP (Materials Requirement Planning).	04
10	10	03/06	Produção Enxuta (JIT e Kanban), produção puxada x empurrada.		04
11	11	10/06	Previsão da Demanda		04
12	12	17/06	Balanceamento de linhas de Produção / Planejamento da Capacidade		04
13	13	24/06	Prova Bimestral	Prova Escrita individual e sem consulta	04

14	14	01/07	Correção e apresentação das provas		04
15	15	08/07	EXAME FINAL	Prova Escrita individual e sem consulta	04



Documento assinado eletronicamente por **ROBERTO CERVI, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 05/03/2025, às 10:04, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **7543902** e o código CRC **2A7F9B5A**.