

Apêndice B – Ementas das disciplinas

Módulo 1 – Funcionamento da Empresa

As pessoas na Organização – 2créditos

As transformações no mundo e as pessoas na organização; o funcionamento da empresa; trabalho em equipe: importância para a empresa, implicações para as pessoas; redes de relacionamentos na empresa; cultura da empresa; sistemas e práticas de gestão de pessoas;

Consumidores e Produtos – 2 créditos

Conceitos fundamentais de Marketing: da miopia de Marketing a empresa orientada para o mercado; Segmentação de mercado; posicionamento; sistemas de informação de marketing; formatação da entrega: o Mix de marketing; Marketing de Serviços.

Processos & Sistemas – 2 créditos

Conceitos básicos da administração de operações; dimensões competitivas operacionais; decisões e trade-offs em Operações; projeto de processos produtivos, produtos e serviços; processos de produção e de serviços; arranjo físico das Instalações; mapeamento e análise de processos; teoria das restrições; gestão da qualidade total; planejamento e controle da qualidade; qualidade 6 sigma; capacidade de processos e controle estatístico; Lean Manufacturing e Sistema Toyota de Produção; tecnologia de informação; dados, Informação e Conhecimento; uso da Informação nas Organizações; alinhamento estratégico entre TI e negócios; riscos em TI; privacidade e Segurança em TI; gestão de Projetos; fases de projetos e riscos de projetos.

Fontes e Aplicações de Recursos – 2 créditos

Objetivos em finanças; tipos de organização de empresas; fontes de financiamento disponíveis; Contabilidades: gerencial e financeira; Balanço Patrimonial: Ativo, Passivo e PL; Organização das contas do BP: critério de liquidez; Fundamentos de análise do BP; Grupo de contas do BP; Demonstração de Resultados, DRE; Competência x Caixa: depreciação;

Competência x Caixa: depreciação, provisões, receitas e despesas antecipadas; Estratégias competitivas e consequências na DRE; Fundamentos de análise da DRE; Demonstração de Fluxo de Caixa; Fluxo de Caixa Operacional, de Investimento e de financiamento; análise por índices; análises horizontal e vertical; índices de mercado.

Módulo 2 – A empresa no seu ambiente

Análise de Oportunidades de Mercado – 1 crédito

Conceitos fundamentais de estratégia; Análise estratégica: Análises VRIO/SWOT/TOWS, Modelo das 5 forças de Porter, PESTEL analysis/ Segmentos de Mercado/ Blue Ocean; escolhas estratégicas; inovação; fusões e Aquisições.

Ética e Sociedade – 1 crédito

Campo da Ética; ética, moral e valores; definição de ética; problemas morais e problemas éticos; ética empresarial; dilemas no ambiente corporativo; responsabilidade social.

Visão Econômica de Mercado – 1 crédito

Fatos estilizados da economia mundial e brasileira; Plano Real: estabilização econômica e economia de mercado; Política Econômica, Lado Real e Lado Monetário da Economia; Crescimento e Desenvolvimento Econômico Brasileiro; Visão Econômica do Mercado Brasileiro; Análise setorial; Concorrência e competitividade das empresas brasileiras; Financiamentos no Brasil.

Análise Mercadológica – 2 créditos

Análise exploratória de dados: Outliers, missing values; distribuições de frequências e representações gráficas; medidas de posição e de dispersão; Análise bivariada: análise com Box plots; diagramas de dispersão; correlação e covariância; Técnicas de previsão em marketing: Regressão linear e múltipla; análise de dados georreferenciados e Inteligência Geográfica. Marketing Engineering: Customer lifetime value; positioning; análise conjunta de preferências (conjoint analysis); resource allocation; e análise de clusters.

Relações com o Governo – 1 crédito

Introdução às Relações entre Organizações Privadas e Governo; Como funciona a nossa Federação? Implicações para a Administração; Noções de Direito para Administradores; Estrutura do Governo Federal do Brasil; Agência Reguladoras; BNDES, CVM e BACEN.

A Empresa e a sua Cadeia de Valor – 1 crédito

Introdução às redes de empresas; Estratégias para as redes de empresas; Alinhamento produto x redes; Fluxos empurrados, puxados e híbridos; Decisões de comprar ou fazer (make or buy); Integração vertical; Custos de transação; Competências centrais; Relacionamento nas redes; Modelo de decisão; Arm's length; Contratos de médio e longo prazo; Joint ventures; Alianças estratégicas; Coordenação nas redes de empresas; Efeitos da falta de coordenação; O "efeito chicote"; Obstáculos para a coordenação.

Modulo 3 – Administrando para Resultados

Indicadores de Desempenho da Empresa – 1 crédito

Sistemas de custeio: definições e classificações dos custos, sistemas de custeio por absorção e marginal, relações custo x volume x lucro e ponto de equilíbrio; Planejamento orçamentário integrado: modelos e metodologias, orçamento operacional, de investimentos e de caixa, integração dos módulos orçamentários (BP, DRE e DFC); sistemas de indicadores de desempenho: evolução dos sistemas de indicadores de desempenho – financeiros e não financeiros, mapas Estratégicos e Balanced Scorecard, aspectos relacionados à implementação.

Análise de Empreendimentos – 2 créditos

Definição da estratégia e do modelo do negócios; a análise dos aspectos da organização formal: estrutura de governança, estrutura organizacional detalhada - papéis, mensuração de resultados e políticas de incentivos; análise de como estão organizadas as operações e qual o seu desempenho; análise dos aspectos da organização informal: cultura e clima organizacional, redes de relacionamentos; estrutura de capital atual; desempenho atual e projetado para o negócio nas condições atuais, considerando as dimensões econômica, social e ambiental.

Inteligência de Negócios – 1 crédito

Contexto das organizações e a prática da Inteligência de Negócios: O que é uma organização inteligente, questões críticas de negócio, indicadores e sua gestão, modelagem informacional; modelagem Informacional e aplicação dos modelos preditivos na prática; técnicas avançadas: análise de redes, modelos geográficos (baseados em Estatística Espacial).

Geração de Valor na empresa – 2 créditos

Objetivos empresariais: decisões fundamentais: investimento, financiamento e operações, empresa de capital aberto x empresa de capital fechado, finanças corporativas x contabilidade x economia, gestão com base na criação de valor, gestores x proprietários x demais partes interessadas; perspectiva dos investimentos: fluxos de caixa, risco e retorno nas decisões financeiras, decisões de investimento a longo prazo, avaliação das decisões de investimento a longo prazo; perspectiva dos financiamentos: custo de capital, alavancagem, estrutura de capital; perspectiva das operações: fontes e aplicações de recursos a curto prazo, capital de giro, ciclo operacional e ciclo de caixa, administração de prazos.

Inovação e Sustentabilidade – 1 crédito

Introdução à temática socioambiental; inovações para o desenvolvimento sustentável; conceitos fundamentais: life-cycle thinking, design para o meio ambiente (D4E), ecoeficiência, produção mais limpa; organizações inovadoras e sustentáveis: modelos de negócios inclusivos e ambientalmente adequados.

Projeto e Gestão da Trajetória Profissional – 2 créditos

Ajuste do Indivíduo ao cargo; processo de desenvolvimento profissional; remuneração e Reconhecimento; impulsores de carreira e posições existenciais; os sentidos do trabalho; a álibi do trabalho; quais carreiras e para quais sociedades?

Orientação para o Trabalho de Conclusão – 1 crédito

Definição do objeto de estudo a ser trabalhado no TCC; elaboração e apresentação da Proposta de Pesquisa para a produção do TCC; elaboração da estrutura do Trabalho de Conclusão de Curso; Elaboração dos Capítulos do TCC, de acordo com as normas e diretrizes adotadas na disciplina.