

2.9 - EMENTÁRIO

1º Módulo

NOME DA DISCIPLINA	COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL Módulo I Auxiliar Administrativo da área de Marketing Carga Horária Semanal 04 – Carga Horária Semestral 80
-----------------------------------	--

EMENTA

Apresentar o conceito de gênero, enfatizando a importância de se verificar a finalidade de cada texto, qual o nível em que deve ser escrito para atingir o que se pretende, qual a possível expectativa do ouvinte/leitor em relação ao texto, que possíveis objeções o ouvinte/leitor poderá fazer sobre o que ouvir ou ler, entre outras considerações pertinentes. Discutir o conceito de texto, que não deve ser entendido como um produto acabado, mas sim como um produto vivo, que estabelece com o ouvinte/leitor uma relação diálogo, nunca conclusivo, pois a cada nova leitura podem-se reavaliar aspectos comunicados. Apresentar o uso da vírgula de forma simplificada, como quebra de um fio natural da leitura. Abordar os pontos gramaticais considerados mais relevantes e alvos de erros corriqueiros, concordância verbal e nominal, coerência tratamental, conjunções, utilização de pronomes átonos oblíquos, a ênclise com o futuro, entre outros pertinentes, inseridos nos textos trabalhados em aula.

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica:

CAHEN, R. **Comunicação Empresarial**. São Paulo. Editora Manole, 2005.

NASSAR, P e FIGUEIREDO, R. **O que é Comunicação Empresarial**. São Paulo. Editora Brasiliense, 2005.

GARCIA, Orthon M. **Comunicação em prosa moderna: aprenda a escrever, aprenda a pensar**. 18.ed. Rio de Janeiro: FGV, 2000

Bibliografia Complementar:

BUENO, W.C. **Comunicação Empresarial**. São Paulo. Editora Manole, 2002.

MATTELAT, A. **A História das Teorias da Comunicação**. São Paulo. Editora Louola, 2001.

BELTÃO, Odacir. **Correspondência: linguagem & comunicação: oficial, empresarial...** 20.ed. São Paulo: Atlas, 1998.

NOME DA DISCIPLINA	RECURSOS HUMANOS Módulo I Auxiliar Administrativo da área de Marketing Carga Horária Semanal 04 – Carga Horária Semestral 80
-----------------------------------	---

EMENTA

Importância da gestão de pessoas no setor de marketing e principalmente nas organizações. Evolução histórica da área, conceitos e características. Aspectos que influenciam as políticas e práticas de gestão de pessoas. Impactos da gestão de pessoas. Gestão de pessoas e seus subsistemas: planejamento das necessidades de profissionais; recrutamento; seleção; treinamento, desenvolvimento e educação; gestão de desempenho; remuneração; qualidade de vida no trabalho; trilhas de aprendizagem e carreira; sindicalismo e relações de trabalho. Planejamento em Gestão de Pessoas. Ética em Gestão de Pessoas. Tendências e perspectivas em gestão de pessoas. A pesquisa na área individuais.

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica:

CARVALHO, A. V. E NASCIMENTO, L. P **Administração de Recursos Humanos I**. São Paulo. Editora Pioneira, 1997.

PONTES, Benedito Rodrigues.. Planejamento, recrutamento e seleção de pessoal. 4 ed. São Paulo: LTR, 2005,

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos Humanos**: Edição Compacta. 6.ed. São Paulo: Editora Atlas, 2000.

Bibliografia Complementar:

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de Recursos Humanos**: Fundamentos Básicos. 4.ed. São Paulo: Editora Atlas, 1999.

CARVALHO, A. V. E NASCIMENTO, L. P **Administração de Recursos Humanos II**. São Paulo. Editora Pioneira, 1997.

.

NOME DA DISCIPLINA	ESTATÍSTICA Módulo I Auxiliar Administrativo da área de Marketing Carga Horária Semanal 04 – Carga Horária Semestral 80
-----------------------------------	--

EMENTA

Conceitos Básicos, Séries Estatísticas, medidas de Tendência Central, Medidas Separatrizes, Medidas de Dispersão, Medidas de Assimetria e Curtose, Probabilidades, Cálculo de

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica:

SILVA, E. M. **Estatística**. São Paulo. Editora Atlas, 1999.

FONSECA, J. S. **Curso de Estatística**. São Paulo. Editora Atlas, 1996

LAPPONI, J.C. **Estatística Usando o Excel**. Rio de Janeiro. Editora Campus. 2005

STEENSON, W.J. **Estatística aplicada a administração**. São Paulo: IMPA, 1996.

Bibliografia Complementar:

MORETTIN, L. G. **Estatística Básica: Inferência**. São Paulo. Editora Makron Books, 2000

DOWNING, Douglas; CLARK, Jeffrey. **Estatística aplicada**. São Paulo: Saraiva, 2000.

NOME DA DISCIPLINA	CONTABILIDADE DE CUSTOS Módulo I Auxiliar Administrativo da área de Marketing Carga Horária Semanal 04 – Carga Horária Semestral 80
-----------------------------------	--

EMENTA

Contabilidade e Análise de Custos: princípios básicos da contabilidade de custos; de contabilidade de custos à gerencial; terminologia em custos; sistemas de custos; princípios contábeis aplicados a custos; custeio por absorção; a separação de custos e despesas; demonstração de resultado na indústria, classificação de custos diretos e indiretos, classificação de custos fixos e variáveis, outros nomenclaturas de custos. Os conceitos deverão ser aplicados com foco nos custos ocorridos nos desenvolvimento de projetos de marketing, na área de marketing e nos processos de marketing.

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica:

MARTINS, Eliseu. Contabilidade de custos: inclui o ABC. 7.ed. São Paulo : Atlas, 2000.

LEONE, George S. G. Curso de contabilidade de custos: contém critério do custeio ABC. 2.ed. 2000.

IUDÍCIBUS, Sergio de, MARION, J. C. Curso de Contabilidade para não Contadores: para as áreas de administração, economia, direito... 3.ed. São Paulo : Atlas, 2000.

Bibliografia Complementar:

DUTRA, René G. Custos: uma abordagem prática. 4.ed. São Paulo: Atlas, 1995.

LEONE, George G. Custos: um enfoque administrativo. V. I. 13.ed. Rio e Janeiro: FGV, 2000.

NOME DA DISCIPLINA	ORGANIZAÇÃO, SISTEMAS E MÉTODOS Módulo I Auxiliar Administrativo na área de Marketing Carga Horária Semanal 04 – Carga Horária Semestral 80
-----------------------------------	--

EMENTA

A participação da área de marketing na estruturas organizacionais e no fluxo e de processo. Departamentalização, Análise Funcional e estrutural, Instrumentos de Comunicação, Métodos e Processos em Empresas, Qualidade e produtividade, Análise de Casos, novas estratégias para as empresas. Sistema de Informações, Estrutura Organizacional, Mudança e cultura organizacional, Análise de casos, Novas estratégias para empresas, Gerenciamento de Projetos em empresas.

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica:

MARTINS, Eliseu. Contabilidade de custos: inclui o ABC. 7.ed. São Paulo : Atlas, 2000.

LEONE, George S. G. Curso de contabilidade de custos: contém critério do custeio ABC. 2.ed. 2000.

IUDÍCIBUS, Sergio de, MARION, J. C. Curso de Contabilidade para não Contadores: para as áreas de administração, economia, direito... 3.ed. São Paulo : Atlas, 2000.

Bibliografia Complementar:

DUTRA, René G. Custos: uma abordagem prática. 4.ed. São Paulo: Atlas, 1995.

LEONE, George G. Custos: um enfoque administrativo. V. I. 13.ed. Rio e Janeiro: FGV, 2000.

2º Módulo

NOME DA DISCIPLINA	ECONOMIA DE MERCADO Módulo Formação Profissional – Analista de Tendências Mercadológicas Carga Horária Semanal 04 – Carga Horária Semestral 80
-----------------------------------	---

EMENTA

Evolução da Economia Internacional; A Economia no Contexto Empresarial; Aspectos Microeconômicos: Teoria do Consumidor: suas Aplicações e Contribuições; Aspectos macroeconômicos: Teoria da Demanda; Teoria da produção e dos Custos; Teoria dos Custos de Produção; Rendimentos e maximização dos Lucros da Empresa; Estruturas de Mercado; Monopólio; Oligopólio; Teoria dos Jogos; As influências da Economia nos Processos Empresariais.

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica:

EQUIPE DE PROFESSORES DA USP (Org.) **Manual de Economia**. São Paulo. Editora Saraiva, 2003.

WESSELS, Walter J. Economia. São Paulo: Saraiva, 1999.

ROSSETTI, José Paschoal. Introdução à economia. 18 ed. São Paulo: Atlas, 2000.

Bibliografia Complementar:

Vasconcellos, Marco Antonio S. Fundamentos de economia. São Paulo: Saraiva, 2003.

COSTA, Fernando N. da. Economia em 10 lições. São Paulo: Makron Books, 2000.

WONNACOTT, P. e WONNACOTT, R Introdução à Economia. São Paulo: Makron Books, 1985

NOME DA DISCIPLINA	FUNDAMENTOS DA ADMINISTRAÇÃO Módulo Formação Profissional – Analista de Tendências Mercadológicas Carga Horária Semanal 04 – Carga Horária Semestral 80
-----------------------------------	--

EMENTA

Organizações e a Administração; Bases da Moderna Administração; Planejamento e estratégia; Técnicas de planejamento operacional; Processo de organização; Estruturas avançadas; Execução e Controle; Administração da qualidade; Eficiência e Eficácia; Responsabilidade Social e ambiental; Processo decisório e resolução de problemas.

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica:

DRUCKER, P. P. **Introdução a Administração**. São Paulo. Editora Pioneira, 1998.

HAMPTON, D. R. **Administração Contemporânea**. São Paulo. Editora Makron Books, 1992

KWASNICKA, E. L. **Teoria Geral da Administração**. São Paulo. Editora Atlas, 1999.

Bibliografia Complementar:

CHIAVENATO, I. **Introdução à Teoria da Administração**. Rio de Janeiro. Editora Campus, 1999.

MAXIMINIANO, A. C. A. **Teoria da Administração**. São Paulo. Editora Atlas.

NOME DA DISCIPLINA	ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA E ORÇAMENTÁRIA APLICADA AO MARKETING Módulo Formação Profissional – Analista de Tendências Mercadológicas Carga Horária Semanal 04 – Carga Horária Semestral 80
-----------------------------------	---

EMENTA

Administração de Capital de giro, Administração de contas a receber, Administração de caixa, Fundamentos de cálculo financeiro, Inflação e taxas de juros, Financiamentos, Análise de Investimentos, Administração de custos, Análise e formação de preços, Administração de Lucro.

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica:

BRAGA, R. **Fundamentos e Técnicas da Administração Financeira**. São Paulo. Editora Atlas, 1989.

WESTON, J. F.; STANCATTI, S (Trad.); BRIGHAN, E. **Fundamentos da Administração Financeira**. 10ª edição. São Paulo. Editora Makron Books, 2000.

SANTOS, E. O. **Administração Financeira da Pequena e Média Empresa**. São Paulo. Editora Atlas, 2001.

Bibliografia Complementar:

BRIGHAM, E. F.; GAPENSKI, L. C.; EHRHARDT, M. C. **Administração Financeira**. São Paulo. Editora Atlas, 2001.

GROPPELLI, A. A. **Administração Financeira**. São Paulo. Editora Saraiva, 2005.

KOPITTKE, B. H.; CASAROTTO FILHO, N. **Análise de Investimentos**. São Paulo, Editora Atlas, 2000.

LOGENECKER, J. G. **Administração de Pequenas Empresas**. São Paulo. Editora Makron Books, 2000.

ROSS, S. A. **Administração Financeira**. São Paulo, Editora Atlas, 1995.

SHIMIDT, P.; KLOECKNER, G.; SANTOS, J. L. **Avaliação de Empresas**. São Paulo. Editora Atlas, 2006.

NOME DA DISCIPLINA	ADMINISTRAÇÃO MERCADOLÓGICA Módulo Formação Profissional – Analista de Tendências Mercadológicas Carga Horária Semanal 04 – Carga Horária Semestral 80
-----------------------------------	---

EMENTA

Marketing de Serviços, aspectos distintos de Marketing de Serviços. Desenvolvimento e Análise de Serviços. Experiências em Marketing de Serviços, Estudos de Casos, Posicionando um Serviço no Marketplace. Administração de Estratégias do Mercado Global.

BIBLIOGRAFIA

BÁSICA

KOTLER, Philip. Administração de Marketing. São Paulo, 10^a Ed. Prentice Hall, 2000.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Marketing de Serviços. São Paulo, 2^a ed. Atlas, 2000.

SOUZA, Francisco A. M. de. Marketing pleno. São Paulo: Makron Books, 1999

COMPLEMENTAR

KOTLER, Philip. Marketing para o Século XXI. São Paulo, Futura, 1999.

COBRA, Marcos. Marketing Básico. São Paulo, 4^a ed. Atlas, 1997

KOTLER, Philip e ARMOSTRONG, Gary. Princípios de Marketing. Rio de Janeiro, 7^a ed. JC editora, 1999.

SERRA, Afonso C. da C. (trad.). Administração de Marcas. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

VAZ, Gil N. Marketing institucional: o mercado de idéias e imagens. 2.ed. São Paulo: Pioneira, 1995.

NOME DA DISCIPLINA	INTRODUÇÃO AO DIREITO 2º Módulo Carga Horária Semanal 04 – Carga Horária Semestral 80
-----------------------------------	--

EMENTA

Princípios gerais do direito. Noções de direito constitucional e administrativo. Análise das relações existentes entre o processo de constituição do Estado moderno e a dinâmica do capitalismo em escala mundial. Teoria geral do Estado. Aspectos teóricos e práticos – novas tendências do Direito Público frente ao contexto nacional e internacional.

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica:

NUNES Rizzatto Manual de Introdução ao Estudo do Direito. 4.ed. São Paulo: Saraiva, 2002.
POLETTI R.. Introdução ao Direito. 3.ed. São Paulo: Saraiva, 1996.
Constituição da República Federativa do Brasil.
GUSMÃO, Paulo D. de. Introdução ao estudo do direito. 32.ed. Rio de Janeiro: Forense, 2002.

Bibliografia Complementar:

PAUPÉRIO A. Machado. Introdução ao Estudo do direito. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2001.
NADER, Paulo. Introdução ao estudo do direito: de acordo com a constituição... 21.ed. Rio de Janeiro: Forense.

3º Semestre

NOME DA DISCIPLINA	SISTEMAS DE INFORMAÇÕES EM MARKETING Módulo Formação Profissional Operador de Canais de distribuição Carga Horária Semanal 04 – Carga Horária Semestral 80
-----------------------------------	---

EMENTA

Introdução a sistemas, Empresas e sistemas de informação, Fundamentos e uso de tecnologia da informação, Novos usos a tecnologia da informação no Marketing, Resolução de Problemas com Sistemas de Informação, Desenvolvimento e uso de sistemas de informação, Tópicos em sistemas de informação.

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica:

MELO, Ivo Soares. Administração de sistemas de informação. São Paulo: Pioneira, 1999.

OLIVEIRA, Dalma de Pinho Rebouças de, Sistema de Informações Gerenciais. Editora Atlas, 10 ed. São Paulo - 2005

CASSARRO, Antonio Carlos. Sistemas de Informações para tomada de decisões. 3 ed. São Paulo: Pioneira, 1999

Bibliografia Complementar:

.BRINE, James A. Sistemas de informação e as decisões Gerenciais na era da Internet, Editora Saraiva, 2 ed., São Paulo, 2004.

NOME DA DISCIPLINA	LOGÍSTICA E CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO Módulo Formação Profissional Operador de Canais de distribuição Carga Horária Semanal 04 – Carga Horária Semestral 80
-----------------------------------	---

EMENTA

A concepção logística na empresa: fundamentos da logística, atividades logísticas e de apoio. Distribuição física: fundamentos da distribuição física, três conceitos importantes, distribuição física e outras áreas funcionais. Entrada e processamento de produtos. Informações de planejamento logístico. Planejamento e movimentação de marcas. Operações do sistema logístico.

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica:

BALLOU, R. H; YOSHIZAKI, H. T. Y. (Trad). **Logística Empresarial:** Transportes, administração de materiais e distribuição física. São Paulo. Editora Atlas, 1993.

FIGUEIREDO, K; WANKE, P; FLEURY, P. F. **Logística e Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos:** Planejamento do fluxo de produtos e dos recursos. São Paulo. Editora Atlas, 2006.

BERTAGLIA, P. R. **Logística e Gerenciamento da Cadeia de Abastecimento.** São Paulo. Editora Saraiva, 2006.

Bibliografia Complementar:

DORNIER, P. P; UTIYAMA, A. I. (Trad.); ERNST, R; FENDER, MICHAEL. **Logística e Operações Globais:** Textos e Casos. São Paulo. Editora Atlas, 2000.

FLEURY, P. F. **Logística Empresarial:** A perspectiva brasileira. São Paulo. Editora Atlas, 2000.

NOME DA DISCIPLINA	MARKETING DE VAREJO E SERVIÇOS Módulo Formação Profissional Operador de Canais de distribuição Carga Horária Semanal 04 – Carga Horária Semestral 80
-----------------------------------	---

EMENTA

Evolução, Situação Atual e Tendências do Varejo e Serviços; Tipos de Formatos Varejistas; Ferramentas de Análise Estratégicas e Operacional de Varejo e Serviços. Marketing de serviços e varejo. Marketing organizacional. Avaliação do desempenho de Marketing

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica:

HAWKINS, Del I; MOTHERSBAUGH, David 2; BEST, Roger J. Comportamento do consumidor: construindo a estratégia de marketing. Editora Elsevier, Rio de Janeiro – 2007
 KARSAKLIAN, Eliane. Comportamento do consumidor. Editora Atlas, São Paulo - 2008.
 LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Marketing de Varejo. Atlas. SP. 3ª. ed. 2004.
 DAVID, Miguel; RABELO, Water. Marketing de Varejo: como incrementar resultados com a prestação de serviços. Bookman, Porto Alegre, 2007

Complementar:

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Marketing de Varejo. Atlas. SP. 2ª. ed. 2000.
 KARSAKLIAN, Eliane. Comportamento do consumidor. Editora Atlas, São Paulo - 2000
 COBRA, M. **Estratégias de Marketing e Serviços**. São Paulo. Editora Atlas, 2001.

NOME DA DISCIPLINA	SEGMENTAÇÃO E COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR Módulo Formação Profissional Operador de Canais de distribuição Carga Horária Semanal 04 – Carga Horária Semestral 80
-----------------------------------	--

EMENTA

Principais fatores que influenciam o comportamento do consumidor: fatores culturais, sociais, pessoais e psicológicos. Arquétipos de Marketing. Papeis de compra. Comportamento de compra: complexo, variados, habitual e com dissonância reduzida. Estágios no processo de compra. Estágios no comportamento pós-compra.

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica:

LEWIS, D; BRIDGES, D. **A alma do Novo Consumidor**. São Paulo. Editora Makron Books, 2004.

ZULZKE, M. L. **Abrindo a Empresa para o consumidor**: A importância de um canal de atendimento. 4ª edição. Rio de Janeiro. Editora Qualitymark, 1997.

KARSAKLIAN, E. **Comportamento do Consumidor**. 6ª Edição. São Paulo. Editora LTC, 2000.

Bibliografia Complementar:

RIBEIRO, J. et al. O consumidor, a economia e a racionalidade. In: Tudo o que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência de explicar. São Paulo: Atlas, 1995.

SKINNER, B. F. O comportamento de tomar uma decisão. In: ciência e comportamento humano. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

NOME DA DISCIPLINA	PROPAGANDA E PUBLICIDADE Módulo Formação Profissional Operador de Canais de distribuição Carga Horária Semanal 04 – Carga Horária Semestral 80
-----------------------------------	---

EMENTA

Propaganda e Publicidade: Conceitos e definições; Diferenças entre Publicidade e Propaganda; Propaganda como ciência. Princípios psicológicos da Publicidade: Conceitos psicológicos; Objetivos da venda em massa: atrair, criar o desejo, levar ao ato de compra; Necessidades humanas trabalhadas para vender; Estados de consciência; Percepção e atenção. Propaganda – Processo Criativo. Funções da Publicidade: Varejo; Indústria; Social.

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica:

GADE, Gade. Psicologia do consumidor e da propaganda. Editora EPU, São Paulo, 1998

MARTINS, Zeca. Propaganda é isso ai! Editora Futura, São Paulo, 2003

RIBEIRO, Júlio; ALDRIGHI, Vera; IMOBERDOF, Magy. Tudo o que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar. Editora Atlas, 3 ed. São Paulo, 1995.

Bibliografia Complementar:

MARTINS, Zeca. Propaganda é isso ai! Editora Futura, São Paulo, 2003

4º Semestre

NOME DA DISCIPLINA	GESTÃO DO COMÉRCIO ELETRÔNICO Formação Profissional Gestor de Marketing Carga Horária Semanal 04 – Carga Horária Semestral 80
-----------------------------------	--

EMENTA

Comercio eletrônico: evolução, estrutura, análise e aplicações. Ambiente digital. Comércio eletrônico e ambiente empresarial; economia digital; mercado eletrônico; integração eletrônica, estratégias de negócios. Características do comércio eletrônico; aspecto de implementação; privacidade e segurança; competitividade; aspectos legais. Organização e tecnologia da informação. Redes; Internet: histórico e evolução

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica:

ALBERTINI, A. L. **Comércio Eletrônico**. 5ª Edição. São Paulo. Editora Atlas, 2005.

VASCONCELOS, E. **Competitividade e Negócios Eletrônicos**: experiências de empresas brasileiras. São Paulo. Editora Atlas, 2005.

PINHO, J. B. **Publicidade e Vendas na Internet**: Técnicas e Estratégias. São Paulo. Editora Summus, 2000.

Bibliografia Complementar:

MICROSOFT Press. **Soluções E-Commerce para negócios sem limites**. São Paulo. Editora Berkeley, 2000.

ALBERTIN, Alberto Luiz. **Comércio eletrônico: modelo, aspectos e contribuições de sua aplicação**

NOME DA DISCIPLINA	PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO Módulo Profissional Gestor de Marketing Carga Horária Semanal 04 – Carga Horária Semestral 80
-----------------------------------	---

EMENTA

Como lidar com as mudanças e desafios dos nossos tempos; Desafios para a estratégia Conceituação; Gestão Estratégica; Transformação Estratégica; Análise; Formulação; Implantação; Ferramentas de Gestão; Avaliação e Controle da Estratégia.

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica:

OLIVEIRA, D. P. R. **Planejamento Estratégico: Conceitos, Metodologias e Práticas.** São Paulo. Editora Atlas, 2003.

OLIVEIRA, D. P. R. **Estratégia Empresarial e Vantagem Competitiva.** São Paulo. Editora Atlas, 2001.

COSTA, E. A. **Gestão Estratégica.** São Paulo. Editora Saraiva, 2006.

Bibliografia Complementar:

KAPLAN, R.; NORTON, D. **A Estratégia em Ação - Balanced Scorecard.** Rio de Janeiro. Editora Campus, 1997.

NOME DA DISCIPLINA	TÉCNICAS DE VENDAS Módulo Profissional Gestor de Marketing Carga Horária Semanal 04 – Carga Horária Semestral 80
-----------------------------------	---

EMENTA

Vendas no Plano de Marketing, potencial de mercado de vendas. Métodos de Previsão de Vendas. Estruturação da força de vendas. Auditoria de vendas. Técnicas e processos de negociação. Técnicas de Atendimento, treinamento de vendas, pessoal, telefone, eletrônico, fechamento de vendas

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica:

LAS CASAS, A. L. **Administração de Vendas**. 8ª edição. São Paulo. Editora Atlas, 2005.

FARRACCIU, J. S. S. **Promoção de Vendas: na teoria e na prática**. São Paulo. Editora Makron Books, 1997.

COBRA, M. **Administração de Vendas**. 4ª edição. São Paulo. Editora Atlas, 1994.

Bibliografia Complementar:

FUTRELL, Charles M. **Vendas: fundamentos e novas práticas de gestão**. São Paulo: Saraiva, 2003.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing: a edição do novo milênio**. 10ª ed., São Paulo: Prentice Hall, 2000.

NOME DA DISCIPLINA	MARKETING DE REDE E FRANCHISING Módulo Profissional Gestor de Marketing Carga Horária Semanal 04 – Carga Horária Semestral 80
-----------------------------------	--

EMENTA

O **Marketing de Rede** como um sistema de distribuição. Fabricante x consumidor. Meios de vínculos empregatícios. Análise de Custos do marketing de rede. Distribuidores Independentes.

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica:

BERNARD, D. A. **Como escolher a franquia certa:** Guia de orientação a interessados na compra de uma franquia. São Paulo. Editora Atlas, 2000.

MARKS, W. **Marketing de Rede.** São Paulo. Editora Makron Books, 1995.

RIZZO, M. V. A. **Franchising:** Uma estratégia de Marketing e Distribuição. São Paulo. Editora IBF, 1990

Bibliografia Complementar:

CHERTO, M. R. **Franchising:** como comprar sua franquia passo a passo. São Paulo. Editora Makron Books, 1991.

NOME DA DISCIPLINA	MARKETING INTERNACIONAL Módulo Profissional Gestor de Marketing Carga Horária Semanal 04 – Carga Horária Semestral 80
-----------------------------------	--

EMENTA

Marketing International e Marketing Comparado. Ambiente internacional e a empresa no contexto internacional. Elaboração e implantação da estratégia de marketing internacional. Organização, planejamento e controle de marketing internacional.

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica:

KORABE, M; BRANDÃO, A. B; HELSEN, K. Administração de Marketing Global. São Paulo. Editora Atlas, 2000.

KUAZAQUI, E. Marketing Internacional. São Paulo. Editora Pioneira, 1999.

KEEGAN, Warren J. Marketing Global. 7ª ed. São Paulo: Pearson, 2006

Bibliografia Complementar:

NOSÉ JÚNIOR, Amadeu. Marketing internacional - uma estratégia empresarial. São Paulo: Pioneira, 2005.

PORTER, Michael M. A Vantagem Competitiva das Nações. Rio de Janeiro: Campus, 1993

DISCIPLINAS OPTATIVAS

NOME DA DISCIPLINA	LIBRAS Carga Horária Semanal 04 – Carga Horária Semestral 80
--------------------------	---

EMENTA

Introdução: aspectos clínicos, educacionais e sócio-antropológicos da surdez. A Língua de Sinais Brasileira - Libras: características básicas da fonologia. Noções básicas de léxico, de morfologia e de sintaxe com apoio de recursos audio-visuais; Noções de variação. Praticar Libras: desenvolver a expressão visual-espacial.

BIBLIOGRAFIA

BÁSICA

ARANTES, Valéria Amorim. *Educação de Surdos - Pontos e Contrapontos*. São Paulo: Summus - ISBN: 9788532304001, 2007.

QUADROS, Ronice Muller de. *Educação de Surdos – A aquisição da linguagem*. Porto Alegre: Artes Médicas, 1997.

SALLES, H. M.M.L (e outros). *Ensino de Língua Portuguesa para surdos: caminhos para a prática pedagógica*. Brasília: MEC/SEESP, 2004. (Vol. 01 – 02)

COMPLEMENTAR

MEC. *O tradutor e interprete de língua brasileira de sinais e língua portuguesa*. Brasília: MEC/SEESP, 2004

MEC *Educação Especial: Tendências atuais*. Brasília: MEC/SEESP, 1999.

MEC *Educação Especial no Brasil – Brasília*: MEC/SEESP, 1994.

METODOLOGIA CIENTÍFICA

Carga Horária Semanal 04 – Carga Horária Semestral 80

EMENTA

Conceitos básicos em metodologia. O planejamento da pesquisa. O problema da pesquisa e sua formulação. Coleta de dados. Análise e interpretação de dados. O relatório de pesquisa e sua elaboração. Pesquisa qualitativa e quantitativa: estudos exploratórios, estudos descritivos, estudos aplicados, estudos que verificam hipóteses e causas. Planejamento da pesquisa: estrutura, estilo de redação, referências bibliográficas. Coleta de dados: aplicação de questionários, uso de dados secundários. Tabulação, análise e interpretação de dados. Normas de administração, uso de dados secundários. Tabulação, análise e interpretação de dados. Normas de administração. Referências bibliográficas. Normas ABNT

BIBLIOGRAFIA

BÁSICA

LAKATOS, E. M. Fundamentos de metodologia científica. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2005.

CERVO, A. L. Metodologia Científica. São Paulo: Makron Books, 1996.

SEVERINO, A. J. Metodologia do Trabalho Científico. 21 ed. São Paulo: Cortez, 2000

COMPLEMENTAR

INÁCIO FILHO, G. A monografia na universidade. 3 ed. São Paulo: Papyrus, 2000.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1996.

TACHIZAWA, T. Como fazer monografia na prática. São Paulo: FGV, 2000.

SALOMON, D. V. Como fazer uma monografia. 11 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

ANDRADE, M. M. de. Introdução à metodologia do trabalho científico. 4 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

OLIVEIRA, S. L. de. Tratado de Metodologia Científica. São Paulo: Pioneira, 2002.

NOME DA DISCIPLINA	TÓPICOS AVANÇADOS EM MARKETING Carga Horária Semanal 04 – Carga Horária Semestral 80
-----------------------------------	---

EMENTA

Esta unidade curricular contempla conteúdos relacionados às atividades de marketing contemporâneos como: marketing institucional, ambiental, religioso, esportivo e político.. Permite a inserção de disciplinas que incorporem os desenvolvimentos recentes no campo de Marketing.

BIBLIOGRAFIA

Básica

VASCONCELOS, E. **Competitividade e Negócios Eletrônicos**: experiências de empresas brasileiras. São Paulo. Editora Atlas, 2005.

LEWIS, D; BRIDGES, D. **A alma do Novo Consumidor**. São Paulo. Editora Makron Books, 2004.

MARKS, W. **Marketing de Rede**. São Paulo. Editora Makron Books, 1995.

Complementar

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**: a edição do novo milênio. 10ª ed., São Paulo: Prentice Hall, 2000.

OLIVEIRA, D. P. R. **Estratégia Empresarial e Vantagem Competitiva**. São Paulo. Editora Atlas, 2001.