



GOVERNO DO ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÉNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE SINOP
FACULDADE DE CIÉNCIAS SOCIAIS APLICADAS



Protocolo nº: 490150/2017 Data: 06/09/2017 - 19:23
Sistema de Protocolo do Estado de Mato Grosso
FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
Interessado(a): UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO C
Assunto: PROJETO
Resumo: Projeto Político Pedagógico do Curso Tecnólogo em
em Gestão Comercial - Unemat/Sinop-MT - TURMA MATU



0201785688838

ASSUNTO/PROCESSO (Nº 490150 /2017)

Projeto Político Pedagógico do Curso Tecnólogo em
Gestão Comercial - Unemat/Sinop-MT -
TURMA MATUPÁ-MT

PARTES INTERESSADAS

Campus de Sinop

Faculdade de Ciéncias Sociais Aplicadas

Curso de Administração

Turma de Matupá - MT

JUNTADA

JUNTOU-SE FLS.

DESTINO	DATA



GOVERNO DO ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
CAMPUS DE SINOP
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO



PPC
PROJETO POLÍTICO PEDAGÓGICO DO CURSO
CURSO DE TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL
UNEMAT/SINOP
TURMA MATUPÁ (MT)

Elaboração NDE:

Profº Dr. Adm. Ronald Tavares Pires da Silva
Coordenador do Curso
Profª Drª Adm. Marines Orlandi – Membro
Profº Dr. Adm. Salli Baggenstoss - Membro
Profº Dr. Adm. Natalício Pereira Lacerda - Membro
Profº Msc. Adm. Nilso Francio - Membro

**Sinop (MT)
SETEMBRO/2017**



Sumário

1. SOBRE O CURSO	3
2. CORPO DOCENTE	9
3. OBJETIVOS DO CURSO (HABILIDADES E COMPETÊNCIAS).....	23
4. PERFIL DO EGRESO E CAMPO DE ATUAÇÃO PROFISISONAL	26
5. INTEGRAÇÃO ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO E INTERDISCIPLINARIDADE 29	29
6. INTEGRAÇÃO ENTRE TEORIA E PRÁTICA	32
7. MOBILIDADE ACADÉMICA.....	33
8. MODOS DE INTREGAÇÃO ENTRE GRADUAÇÃO E PÓS-GRADUAÇÃO	34
9. MATRIZ CURRICULAR	35
10. POLÍTICA DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO	37
11. POLÍTICA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO	37
12. ATIVIDADES COMPLEMENTARES	37
13. EMENTAS E BIBLIOGRAFIAS	38
14. RECURSOS FINANCEIROS.....	39



GOVERNO DO ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
CAMPUS DE SINOP
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO



1. SOBRE O CURSO

A Fundação Universidade do Estado de Mato Grosso - UNEMAT- é uma entidade autônoma de direito público, vinculada à Secretaria de Ciência, Tecnologia e Ensino Superior, criada a partir do Instituto de Ensino Superior de Cáceres - IESC - pela Lei 703 em 1978 e estadualizada pela Lei 4960, de 19 de dezembro de 1985.

A UNEMAT passou à condição de Universidade, de acordo com a Lei complementar 30, de 15 de dezembro de 1993 e obteve no ano de 1999 o Reconhecimento enquanto Universidade pelo Conselho Estadual de Educação - CEE/MT, homologado pelo secretário de Estado de Educação de Mato Grosso em data de 30 de abril de 1999 pela Portaria 196/99 da Secretaria da Estado de Educação - SEDUC/MT.

Atualmente, a UNEMAT se encontra instalada em 13 campi, 8 núcleos pedagógicos e 6 polos de ensino à distância. Tendo sua sede na cidade de Cáceres, interior do Estado, oferta 69 cursos de graduação, sendo 44 regulares e os demais em modalidades diferenciadas. Iniciativas inovadoras possibilitam que a UNEMAT atenda a um total de 13.761 acadêmicos na graduação e 233 na pós-graduação *Stricto Sensu*, presente em 117 dos 141 municípios matogrossense, cobrindo várias regiões geoeducacionais de múltipla diversidade ecológica, econômica e cultural.

O quadro profissional da Unemat é constituído por 1.078 professores e 422 técnicos administrativos. São 222 docentes doutores e 460 mestres, resultantes da política de investimento na qualificação docente.

O programa de expansão da UNEMAT para a cidade de Sinop foi iniciado em 1990, tendo em vista o fato de a cidade ser considerada município Polo Regional e pela carência de profissionais especializados na região.

O Município de Sinop está localizado na Região do Médio Norte e Norte do Estado de Mato Grosso, às margens da rodovia Cuiabá-Santarém (BR. 163) a uma distância de 500 Km de Cuiabá (Capital do Estado). Possui área de 3.942,224 Km² e limita-se ao Norte com os Municípios de Itaúbas e Cláudia, ao Sul com os Municípios de Vera e Sorriso, a leste



com os Municípios de Cláudia e Santa Carmem e a Oeste com os Municípios de Ipiranga do Norte e Sorriso, integrando a região XII do IBGE, chamada de Região Centro Norte.

Sinop é uma cidade que ultrapassa 132.934 habitantes, conforme contagem do IBGE em 2016, e está em uma região geoeducacional que possui mais de 500.000 habitantes, demonstrando expressiva tendência para novas demandas profissionais. É um Município que apresenta significativa atratividade para atividades na iniciativa privada, quanto para atividades relacionadas aos serviços públicos (Governamentais) e também ao terceiro setor. Por ser Polo Regional, Sinop, apresenta uma intensa atividade comercial e na prestação de serviços, envolvendo organizações de diversos portes. Ademais, Sinop também se caracteriza como um Polo Educacional e além da UNEMAT, tem um *Campus* da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), incluindo cursos de Medicina, Medicina Veterinária, Agronomia, Engenharia Florestal, Ambiental entre outras Ciências, também, uma unidade de Cursos Tecnológicos de Ensino Médio e Pós Médio (formação vida e trabalho) – Instituto Federal Mato Grosso (IFMT) – *Campus* Avançado Sinop e, ademais, outras Instituições de Ensino Superior (IES) privadas, em modalidade de Cursos presenciais e a distância.

No ano de 1990, a comunidade Sinopense, organizou-se para a instalação de um Núcleo de Ensino Superior no Município. Por meio de reuniões com representantes da comunidade local, autoridades governamentais, buscaram a geração do Ensino Superior em Sinop. Assim, no dia 23 de abril de 1990 foi criada a Comissão Pré-instalação do Núcleo de Ensino Superior em Sinop e em 06 de julho do mesmo ano, o Conselho Curador da Fundação Centro de Ensino Superior de Cáceres, através da Resolução nº 014/90, criou o então Núcleo de Ensino Superior de Sinop e também determinou a composição e competência dos órgãos de Estruturação Organizacional do Núcleo de Sinop, conforme rezou a Resolução nº 016/90.

O Governo do Estado de Mato Grosso, cria o Decreto nº. 2.720 de 09 de julho de 1990 institucionalizando o Núcleo de Ensino Superior de Sinop, gerenciado pela Fundação Centro de Ensino Superior de Cáceres, na Lei nº. 5.640, da mesma data, concebe-se os cargos para o magistério público superior no Núcleo.

Inicialmente, foram criados no Núcleo de Ensino Superior de Sinop os cursos de Matemática, Letras e Pedagogia (Licenciatura). O primeiro concurso vestibular para essas carreiras ocorreu nos dias 26 e 27 de agosto do ano de 1990.



A Resolução nº 035 de 1999 do CONEPE (Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão) da UNEMAT, aprovou e autorizou o Programa de Implantação de Cursos no *Campus* de Sinop, nas áreas de Administração, Ciências Contábeis e Economia e a Resolução nº 029 de 2001 do CONSUNI (Conselho Universitário) da UNEMAT, autorizou o início dos cursos de Bacharelados em Administração, Ciências Contábeis e Economia. Destarte, o *Campus* de Sinop ampliou sua oferta de educação superior para a área das Ciências Sociais Aplicadas.

O curso de Bacharelado em Administração do *Campus* de Sinop teve seu início no segundo semestre do ano de 2001 e foi oficialmente reconhecido pela Portaria 065/05 do Conselho Estadual de Educação de Mato Grosso, na data de 23 de março do ano 2005, por um período de cinco anos. Em 03 de agosto do ano de 2010, o Conselho Estadual de Educação de Mato Grosso prorrogou, pelo prazo de um ano, a portaria inicial de reconhecimento do Curso de Administração do *Campus* de Sinop, fazendo uso da Portaria de Nº 044/2010.

No mês de outubro do ano 2010, o Curso recebeu a visita da Comissão de Recredenciamento, comissão esta que, após avaliar todas as condições de funcionamento do Curso de Administração, indicou recomendações de melhorias no que se referiu à organização da matriz curricular e inclusão da disciplina de Libras no programa de ensino.

Por fim, em 13 de janeiro de 2011 foi publicado no Diário Oficial do Estado de Mato Grosso a Portaria de N. 076/2010 do Conselho Estadual de Educação que renova o reconhecimento do Curso de Bacharelado em Administração do *Campus* UNEMAT de Sinop por mais cinco anos, a partir de 24 de março de 2010. Nessa ocasião, as solicitações e sugestões de melhoria apresentadas pela Comissão de Recredenciamento foram incorporadas ao então novo Projeto Pedagógico do Curso.

No presente momento, o Curso de Bacharelado em Administração do *Campus* UNEMAT em Sinop está passando por mais uma reorientação de suas diretrizes didático pedagógicas. A ideia é revisar e revitalizar a atual matriz Curricular elaborada no ano de 2012.

Inspirando-se em tais históricos e diretrizes, já consolidados, regulamentados pelos Cursos em Bacharelado da UNEMAT, *Campus* Sinop, ainda, vislumbrando as expansões que a UNEMAT, desenvolveu na última década no Estado de Mato Grosso como



um todo, pela potencialização de outras demandas na sociedade matogrossense, por capacitação de pessoas e profissionais para áreas da gestão nas organizações, bem como, auxiliar serviços privados e públicos, para empresas de diversas atividades econômicas, apresenta-se a proposta de criação do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, no Eixo Tecnológico em Gestão e Negócios.

O Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial da UNEMAT, será coordenado e nutrido pelo Campus de Sinop, porém ofertado no Município de Matupá (MT), localizado na Região Norte do Estado de Mato Grosso a 700 Km da Capital Cuiabá e 200 Km de Sinop, sede da UNEMAT. Fica no entroncamento das BR-163 com MT-322.

Matupá, foi fundado no dia 19 de setembro do ano de 1984, creditada a Família Ometto, proprietários da empresa Agropecuária do Cachimbo S/A. Esse nome advém da língua Tupi, origem Amazônica, com dois significados: científico – “mato denso à beira dos rios e dos lagos”; outro, humanizado – “Mato abençoados por Deus”. Por questões urbanísticas adotou-se como a “cidade que respondesse as condições de ecologia que integrasse naturalmente em que floresta e o rio valorizam ao mesmo tempo as tradições e viver da cidade” (Adaptado do site matupa.mt.gov.br – Prefeitura Municipal/2017).

Tem sua base econômica especialmente para agricultura e pecuária, além de comércio expressivo, serviços, educação, cultura, saúde e comunicação, como centro regional estruturado. Voltado para atividades produtivas de naturezas diversas, vislumbrando a industrialização de produtos cultivados na própria região. O projeto de ocupação projetado para Matupá, definiu 03 (três) etapas centrais de desenvolvimento: etapa 1^a - abrigar 50.000 habitantes; etapa 2^a – abrigar 100.000 habitantes e como etapa 3^a – preparar-se para 300.000 habitantes, e o fundamental de maneira horizontal, sem necessidade de edificações, com racionalização de custos (Prefeitura Municipal de Matupá/2016).

Possui seu planejamento diretor em estilo de grandes cidades modernas, estilo de Brasília (DF), ruas modernas e traçadas para facilitar o escoamento do trânsito, rápido e seguro. Bases urbanísticas, idealizadas por catedráticos da faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP de São Paulo, responsáveis pelo projeto, Dr. Cândido Malta Campos Filho e Dr. Carlos Costa.



Matupá foi elevado de Núcleo Urbano, para categoria de distrito em 11 de dezembro de 1985, pela Lei nº 4937, quando naquele momento, pertencia ao Município de Colíder, por meio da Associação de Desenvolvimento Comunitário de Matupá (ADECOM), o distrito conquistou sua emancipação administrativa, por meio da Lei nº 5317 de 04 de julho de 1988. Criado o Município de Matupá, deu-se a primeira eleição no ano de 1998, com promulgação da Orgânica Municipal em 1990.

O Município de Matupá, tem 5.237,67 Km² de área geográfica, a população estimada IBGE (2016) é de 15.654 habitantes e pelo Censo (IBGE/2010), totaliza 14.174. Dentre os 141 Municípios no Estado de Mato Grosso, ocupa posição 51, com uma densidade demográfica de 2,71 habitantes por km². Tem ainda, um salário médio mensal segundo IBGE (2016) de 02 salários mínimos, e com matrículas no ensino fundamental na ordem de 2.357 alunos, que somados aos matriculados em ensino médio, ultrapassam 3.100 estudantes no Município.

Nas Figuras 1 e 2, indicam-se a localização geográfica do Município de Matupá (MT) ao Norte do Estado de Mato Grosso, próxima divisa com o Estado vizinho do Pará e, a região de abrangência econômica (microrregião), Pólo comercial e de serviços.

Figura 1 – Localização Geográfica do Município de Matupá (MT)

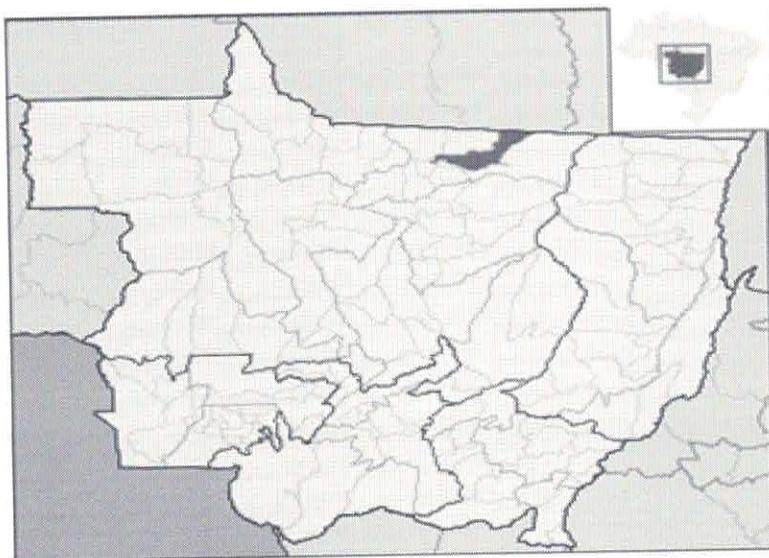
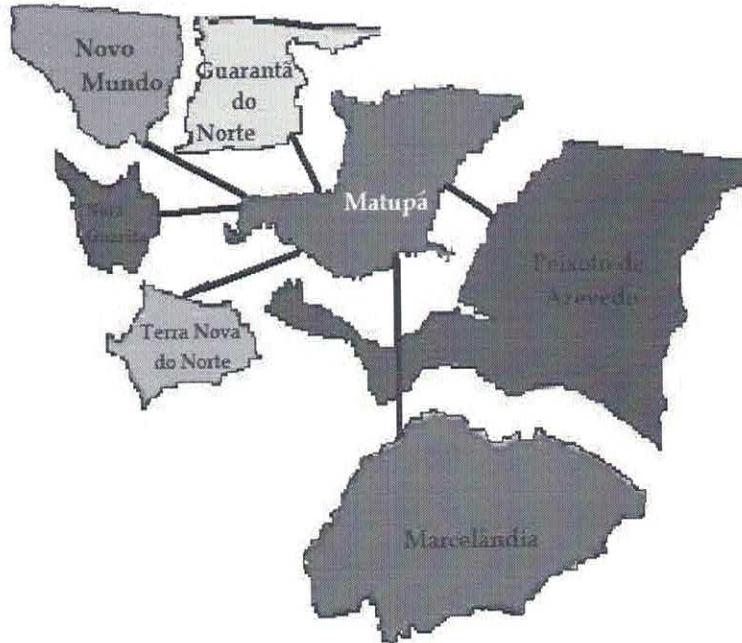


Figura 2: Mapa Microrregião de abrangência econômica, comercial/serviços - Matupá (MT)



Na Tabela 1, apresenta-se o perfil do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial da UNEMAT e seus principais parâmetros operacionais de funcionamento.

TABELA 1: Perfil Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial da UNEMAT/Município de Matupá (MT)

Nome do Curso	Tecnologia em Gestão Comercial
Habilidade/Eixo Tecnológico – Catálogo Cursos Superiores de Tecnologia – MEC/2016	Gestão e Negócios
Área do conhecimento	Ciências Sociais Aplicadas
Ano de início	2018/1
Modalidade	Presencial em Turma única
Regime escolar	Seriado semestral (fases)
Número de vagas (Turma única)	50 vagas
Turno	Noturno
Integralização	Mínimo 02 anos – máximo 03 anos
Carga horária total	1600 horas
Ingresso	Vestibular
Regime de Matrícula	Conforme disposto na normatização acadêmica, respeitando a aprovação nas disciplinas pré-requisitos.

Fonte: Curso Administração UNEMAT/SINOP – Portal MEC/GOV (2016)



GOVERNO DO ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
CAMPUS DE SINOP
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO



Finaliza-se essa apresentação introdutória do Curso de Tecnólogo em Gestão Comercial, Turma Município de Matupá (MT), considerando-se que do ponto de vista da gestão dos recursos financeiros, para andamento e sustentabilidade do Curso, será sob responsabilidade da SECIT (Secretaria de Estado de Ciência e Tecnologia) do Estado de Mato Grosso.

2. CORPO DOCENTE

A Faculdade de Ciências Sociais e Aplicadas – FACISA, na UNEMAT, Campus de Sinop, especialmente ao Curso de Administração, no qual o Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, será vinculado, está constituído por professores efetivos (concursados no Plano de Carreira e Cargos da UNEMAT) e contratados. Como professores efetivos o quadro da FACISA é de 38 docentes, divididos entre os Cursos de Graduação em Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas. Conforme demonstrado no Quadro 1, detalhando-se, nome do professor, área de concurso, disciplinas ministradas entre outras informações.



GOVERNO DE
MATO GROSSO
ESTADO DE TRANSFORMAÇÃO

GOVERNO DO ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
CAMPUS DE SINOP
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO



QUADRO 1 – Lotacionamento - Professores Efetivos da FACISA, Cursos: Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas/2017

PROFESSOR EFETIVO	ÁREA DE CONCURSO	DISCIPLINAS MINISTRADAS*	SITUAÇÃO ATUAL **	DISCIPLINAS MINISTRADAS*
1. Ademir Machado de Oliveira	Teoria Econômica	Economia Brasileira Contemporânea 1. Professor em Exercício - 180 horas/aula na graduação. Economia Regional e Urbana (60h, 5 ^a fase, Curso de Ciências Econômicas); Análise de Viabilidade Econômica de Projetos (60h, 8 ^a fase, Curso de Administração).		
2. Adriano Valter Dornelles Dias	Teoria do Direito	Direito do Trabalho (60h, 3 ^º fase, 1. Professor em Exercício - 180 horas/aula na graduação. Direito Tributário (60 h, 4 ^º fase, Curso de Administração); Instituição do Direito Público e Privado (60h, 2 ^º fase, Curso de Administração).		
3. Angela Ester Mallmann Centenaro	Teoria Macroeconômica	Teoria Macroeconômica II (60h, 3 ^º fase, 1. Professor em gozo de Licença Prêmio pelo período de 03/04/2017 a 01/07/2017 Política e Planejamento Econômico (60h, 6 ^a fase, Curso de Ciências Econômicas); Comércio Exterior (60h, 8 ^a fase, Curso de Administração) - Eleitiva		Teoria Macroeconômica II (60h, 3 ^º fase, Curso de Ciências Econômicas); Política e Planejamento Econômico (60h, 6 ^a fase, Curso de Ciências Econômicas); Comércio Exterior (60h, 8 ^a fase, Curso de Administração) - Eleitiva



UNEMAT - Campus Universitário de Sinop - Departamento de Administração

Av. dos Ingás, n° 3001 - CENTRO – CEP 78.550-000 Sinop – MT (66) 3511-2127 E-mail: admisinop@gmail.com



GOVERNO DE
MATO GROSSO
ESTADO DE TRANSFORMAÇÃO

GOVERNO DO ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
CAMPUS DE SINOP
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

		<p>Trabalho de Conclusão de Curso I (60h, 7ª fase, Curso de Ciências Econômicas); Formação Econômica do Brasil (60h, 3ª fase, Curso de Ciências Econômicas);</p>
4. Arlete Redivo Sornberger	<p>Teoria Geral da Administração II (60h, 3º fase, Curso de Administração). Estágio Supervisionado I (120h, 5º fase, Curso de Administração).</p> <p>14. Férias de 29/03 a 11/06/2017.</p> <p>9. Professor em gozo de licença prêmio de 12/06 a 11/07/2017.</p>	<p>Teoria Geral da Administração II (60h, 3º fase, Curso de Administração). Estágio Supervisionado I (120h, 5º fase, Curso de Administração).</p> <p>14. Férias de 29/03 a 11/06/2017.</p> <p>9. Professor em gozo de licença prêmio de 12/06 a 11/07/2017.</p>
5. Claiton Pazzini Goulart	<p>Contabilidade Gerencial (60h, 6º fase, Curso de Ciências Contábeis); Auditória Contábil I(60h, 7º fase, Curso de Ciências Contábeis); Auditória Contábil II (60h, 8º fase, Curso de Ciências Contábeis)</p>	<p>Contabilidade Gerencial (60h, 6º fase, Curso de Ciências Contábeis); Auditória Contábil I(60h, 7º fase, Curso de Ciências Contábeis); Auditória Contábil II (60h, 8º fase, Curso de Ciências Contábeis)</p> <p>9. Licença Prêmio de 15/10 a 12/01/2018.</p>





GOVERNO DO ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
CAMPUS DE SINOP
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO



<p>6. Ezequiel Nunes Pacheco</p> <p>Contabilidade Pública</p> <p>Contabilidade Pública I (60h, 4º fase); Curso de Ciências Contábeis);</p> <p>Contabilidade Pública II (60h, 5º fase, 28/03/2017. Curso de Ciências Contábeis);</p> <p>Sistemas de Informações Contábeis I (60h, 6º fase, Curso de Ciências Contábeis)</p> <p>Sistemas de Informações Contábeis II (60h, 6º fase, Curso de Ciências Contábeis)</p>	<p>Contabilidade Pública I (60h, 4º fase, Curso de Ciências Contábeis);</p> <p>Contabilidade Pública II (60h, 5º fase, Curso de Ciências Contábeis);</p> <p>Sistemas de Informações Contábeis I (60h, 6º fase, Curso de Ciências Contábeis)</p> <p>Contabilidade Geral I (60 h, 1º fase, Curso de Administração); (Vaga D)</p> <p>Contabilidade Geral II (60h, 2º fase, Curso de Administração). (Vaga D)</p>
<p>7. Feliciano Lhanos Azuaga</p> <p>Teoria Econômica</p>	<p>Introdução à Economia (60h, 1ª fase);</p> <p>Curso de Ciências Econômicas);</p> <p>Introdução à Economia (60h, 5ª fase, 1846/2015. No período de 01/08/2015 a 31/12/2018.</p> <p>Curso de Administração);</p> <p>Economia Aplicada a Engenharia Civil (30h, 3ª Fase, Curso de Engenharia Civil);</p> <p>Economia Aplicada a Engenharia Civil (30h, 6ª Fase, Curso de Engenharia Elétrica).</p>





GOVERNO DE
MATO GROSSO
ESTADO DE TRANSFORMAÇÃO

GOVERNO DO ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
CAMPUS DE SINOP
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO



		Fase, Curso de Ciências Econômicas). (Profº Paulo Jose Korbes)	
8. Felipe Ferraz Vazquez	Teoria Macroeconômica	Economia Monetária (60h, 4ª fase, Curso de Ciências Econômicas); Elaboração e Análise de Projetos I (60h, 5ª fase, Curso de Ciências Econômicas). Elaboração e Análise de Projetos II - (60h, 7ª fase, Curso de Ciências Econômicas) - eletriva	Economia Monetária (60h, 4ª fase, Curso de Ciências Econômicas); Elaboração e Análise de Projetos I (60h, 5ª fase, Curso de Ciências Econômicas). Elaboração e Análise de Projetos II - (60h, 7ª fase, Curso de Ciências Econômicas) - eletriva
9. Fernanda Mosseilne Josende Coan	Contabilidade Privada	Trabalho de Conclusão de Curso I (60h, 7ª fase, Curso de Ciências Contábeis); Estágio Supervisionado I (120h, 7ª fase, Curso de Ciências Contábeis).	Trabalho de Conclusão de Curso I (60h, 7ª fase, Curso de Ciências Contábeis); Estágio Supervisionado I (120h, 7ª fase, Curso de Ciências Contábeis). Contabilidade Geral I (60h, 1º fase, Curso de Ciências Contábeis); (Vandersezar)
10. Fiorelo Picoli	Teoria Geral da Administração	Estágio Supervisionado II (120h, 6º fase, Curso de Administração); Teoria Geral da Administração I (60 h, 06/04/2017 – Ato 17.135/2017 2º fase, Curso de Administração).	Estágio Supervisionado II (120h, 6º fase, Curso de Administração); Teoria Geral da Administração I (60 h, 2º fase, Curso de Administração).
11. Geovana Alves de Lima Fedato	Contabilidade Privada	Estágio Supervisionado I (120h, 7ª horas/aula na graduação das Demonstrações Contábeis (60 h, 5º fase, Curso de Ciências Contábeis).	Estágio Supervisionado I (120h, 7ª horas/aula na graduação das Demonstrações Contábeis (60 h, 5º fase, Curso de Ciências Contábeis).





GOVERNO DO ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
CAMPUS DE SINOP
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO



		2017/2 Estágio Supervisionado I (120h, 7º fase, Curso de Ciências Contábeis); Ensino da Contabilidade (60 h, 8º fase, Curso de Ciências Contábeis) - eletiva	1. Professor em Exercício - 180 horas/aula na graduação.	Pesquisa Operacional para Tomada de Decisões (60h, 6ª fase, Curso de Ciências Econômicas); Pesquisa Operacional (60h, 5ª fase, Curso de Administração) - Eletiva Economia Financeira (60h, 4ª fase, Curso de Ciências Econômicas).	Economia dos Recursos Ambientais e Naturais (60h, 6ª fase, Curso de Ciências Econômicas).	Fls. 15
12. Geovane Paulo Sornberger	Contabilidade Privada	2017/1 Análise das Demonstrações Contábeis (60h, 3º fase, Curso de Ciências Econômicas); Estágio Supervisionado II (120h, 8º fase, Curso de Ciências Contábeis). 2017/2 Contabilidade Geral II (60h, 2º fase, Curso de Ciências Contábeis); Estágio Supervisionado II (120h, 8º fase, Curso de Ciências Contábeis).	7. Licença para tratamento de desaúde. Laudo Médico Pericial - Aposentadoria por Invalidez - nº 164941	Pesquisa Operacional para Tomada de Decisões (60h, 6ª fase, Curso de Ciências Econômicas); Pesquisa Operacional (60h, 5ª fase, Curso de Administração) - Eletiva Economia Financeira (60h, 4ª fase, Curso de Ciências Econômicas).	Economia dos Recursos Ambientais e Naturais (60h, 6ª fase, Curso de Ciências Econômicas).	
13. Gilberto Sisto Fernández	Métodos Quantitativos					
14. Heder Bassan	Contabilidade Privada	Analise das Demonstrações Contábeis 1. Professor em Exercício - 180				



GOVERNO DO ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
CAMPUS DE SINOP
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

15. Ivan Canan	Contabilidade Privada	(60h, 6º fase, Curso de Ciências horas/aula na graduação. Contabilidade); Contabilidade Comercial I (60h, 3º fase, Curso de Ciências Contábeis); Contabilidade Comercial II (60h, 4º fase, Curso de Ciências Contábeis).	
16. Juvenal Melvino Da Silva Neto	Teoria Macroeconômica	Teoria da Contabilidade (60 h, 4º fase, Professor em Exercício - 180 horas/aula na graduação. Curso de Ciências Contábeis); Contabilidade (60h, 8º fase, Curso de Ciências Contábeis); Consultoria (60h, 6º fase, Curso de Ciências Contábeis) Eletiva.	Trabalho de Conclusão de Curso I (60h, 7ª fase, Curso de Ciências Econômicas); Formação Econômica do Brasil (60h, 3ª fase, Curso de Ciências Econômicas).
17. Lindomar Pegorini Daniel	Economia Aplicada	Trabalho de Conclusão de Curso (60h, 7ª fase, Curso de Ciências Econômicas); Formação Econômica do Brasil (60h, 3ª fase, Curso de Ciências Econômicas); Economia dos Recursos Ambientais e Naturais (60h, 6ª fase, Curso de Ciências Econômicas); Economia (60h, 6ª fase, Sai com Licença Maternidade 2017/1 - Sai com Licença Maternidade 2017/2); Econometria (60h, 5ª fase, Curso de Ciências Econômicas); Tópicos Especiais em Economia (60h, 7ª Fase, Curso de Ciências Econômicas) - eletiva.	Trabalho de Conclusão de Curso I (60h, 7ª fase, Curso de Ciências Econômicas); Formação Econômica I - Eletiva Tópicos Especiais em Economia I - Eletiva (60h, 7ª Fase, Curso de Ciências Econômicas) - eletiva



GOVERNO DE
MATO GROSSO
ESTADO DE TRANSFORMAÇÃO

GOVERNO DO ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
CAMPUS DE SINOP
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

18. Magda Glória Guarda	Administração de Produção	III(60h, 8^a fase, Curso de Ciências Econômicas). Trabalho de Conclusão de Curso III. Professor em Exercício - 180 (60h, 8 ^a fase, Curso de Administração); Gestão da Informação, do conhecimento e inteligência organizacional (60h, 4 ^a fase, Curso de Administração) Eletiva. Empreendedorismo e Plano de Negócios (60h, 3 ^o fase, Curso de Administração) - Eletiva	1. Professor em Exercício - 180 horas/aula na graduação.
19. Manfredo Meyer	Teoria Macroeconômica	2017/1 Teoria Macroeconômica I (60h, 2 ^a fase, horas/aula na graduação Curso de Ciências Econômicas); Economia Internacional (60h, 5 ^a fase, Curso de Ciências Econômicas); Contas Nacionais (60h, 7 ^a Fase, Curso de Ciências Econômicas) - eletiva. 2017/2 Teoria Macroeconômica I (60h, 2 ^a fase, Curso de Ciências Econômicas); Economia Internacional (60h, 5 ^a fase, Curso de Ciências Econômicas); Teoria Macroeconômica III (60h, 7 ^a Fase, Curso de Ciências Econômicas) - eletiva.	1. Professor em Exercício - 180 horas/aula na graduação
20. Mara Beatriz Peiter	Administração Financeira e	Princípios de Finanças (60h, Semestre, Curso de Administração); Prêmio pelo período de	Princípios de Finanças (60h, 2º Semestre, Curso de Administração); <i>Fls. 17</i> <i>UNEMAT SINOP</i>

GOVERNO DO ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
CAMPUS DE SINOP
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

	Orçamentária	Administração Financeira (60 h, 4º/03/04/2017 a 01/07/2017 Orçamento Empresarial (60h, 8º Semestre, Curso de Administração).	Administração Financeira (60 h, 4º fase, Curso de Administração); Orçamento Empresarial (60h, 8º Semestre, Curso de Administração).
21. Marcelo Ribeiro Rosa	Administração de Recursos Materiais	Administração de Recursos Materiais I Professor em Exercício - 180 horas/aula na graduação Administração de Recursos Materiais II (60h, 4º fase, curso de horas/aula na graduação); Recursos Materiais e Patrimoniais II (60h, 5º fase, curso de Administração); Simulação Empresarial I (60h, 7º fase, Curso de Administração).	
22. Marcos Luís Procópio	Teoria Geral da Administração	Fundamentos da Administração (60 h, 1º Professor em Exercício - 180 horas/aula na graduação Trabalho de Conclusão I (60h, 7º fase, Curso de Administração); Fundamentos da Administração (60 h, 5º fase, Curso de Engenharia Elétrica).	Estágio Supervisionado III (120h, 7º fase, prêmio de 03/04 a 02/05/2017.
23. Maria Eloísa Karolczak	Teoria Geral da Administração	Estágio Supervisionado III (120h, 7º Professor em gozo de licença fase, Curso de Administração); Sistema de Informação (60h, 6º fase, Curso de Administração)	Estágio Supervisionado III (120h, 7º fase, Curso de Administração);
24. Marielle Schmidt Canabarro Quinteiro	Teoria do Direito	Legislação Trabalhista Previdenciária (60h, 2º fase, Curso deprêmio de 03/04 a 01/07/2017. Ciências Contábeis); Instituições de Direito Público e Privado (60h, 1º fase, Curso de Ciências Contábeis); Instituições de Direito Público e Privado (60h, 1º fase, Curso de Ciências Econômicas).	Legislação Trabalhista e Previdenciária (60h, 2º fase, Curso de Ciências Contábeis); Instituições de Direito Público e Privado (60h, 1º fase, Curso de Ciências Contábeis); Instituições de Direito Público e Privado (60h, 1º fase, Curso de Ciências Econômicas).





GOVERNO DE
MATO GROSSO
ESTADO DE TRANSFORMAÇÃO

GOVERNO DO ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÉNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
CAMPUS DE SINOP
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO



		Privado (60h, 1º fase, Curso de Ciências Econômicas).	
25. Marines Orlandi Taveira Chiovetto	Marketing	Gestão de Pessoas I (60h, 1º fase, Curso de Administração); Gestão de Pessoas II (60h, 2º fase, Curso de Administração); Tópicos Especiais I (60h, 4º fase, Curso de Administração). 3. Professor em exercício – 60 h/aulas e gestão pelo período de 03/04 a 01/07/2017 Portaria Reitoria nº 718/2017, prorrogado até 14/08/2017 conf. Port. Reitoria nº 1122.	Gestão de Pessoas I (60h, 1º fase, Curso de Administração); Gestão de Pessoas II (60h, 2º fase, Curso de Administração); Ética e Responsabilidade Social (60h, 6º fase, Curso de Administração); Organização Sistemas e Métodos (60h, 4º fase, Curso de Administração); Organização Sistemas e Métodos (60h, 3º fase, Curso de Ciências Contábeis);(Salli).
26. Natalício Pereira Lacerda	Teoria Geral da Administração	Estágio Supervisionado II (120 h, 6º I).Professor em Exercício - 180 horas/aula na graduação. Fundamentos de Administração (60 h, 1º fase, Curso de Ciências Contábeis).	Administração Agroindustrial I (60h,9. Professor em gozo de licença prêmio 6º fase, Curso de Administração); Administração Agroindustrial II (60h, Portaria Reitoria nº175/2017 de 7º fase, Curso de Administração)03/04/2017 a 01/06/2017. (Eletiva); Gestão Ambiental e Sustentabilidade (60h, 8º fase, Curso de Administração).
27. Nilso Francio	Administração de Agronegócios	Gestão Pública (60h, 7º fase, Curso de Administração); Estágio Supervisionado I (120 h, 5º Portaria Reitoria nº1154/2017. fase, Curso de Administração).	Gestão Pública (60h, 7º fase, Curso de Administração); Estágio Supervisionado I (120 h, 5º fase, Curso de Administração).
28. Paulo Jorge Santos de Vasconcellos	Teoria Geral da Administração		





GOVERNO DE
MATO GROSSO
ESTADO DE TRANSFORMAÇÃO

GOVERNO DO ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
CAMPUS DE SINOP
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

29. Paulo José Körbes	Mercado de Capitais	Mercado de Capitais (60h, 5ª fase, 3º Professor em Cargo de Gestão Curso de Ciências Econômicas); Mercado de Capitais (60h, 4ª fase, 15/08/2017 a 14/08/2019 Portaria Reitoria 1279/2017 Avaliação e Análise de Investimentos (60h, 6ª Fase, Curso de Ciências Econômicas).	Avaliação e Análise de Investimentos (60h, 6ª Fase, Curso de Ciências Econômicas).
30. Raul Angel Carlos Oliveira	Teoria Econômica	História do Pensamento Econômico I (Professor em Exercício - 180 (60h, 1ª fase, Curso de Ciências horas/aula na graduação. Economia I (60h, 1ª fase, Curso de Ciências Contábeis); Economia Política (60h, 7ª Fase, Curso de Ciências Econômicas) - eletriva).	História do Pensamento Econômico I (Professor em Exercício - 180 (60h, 1ª fase, Curso de Ciências horas/aula na graduação. Economia I (60h, 1ª fase, Curso de Ciências Contábeis); Economia Política (60h, 7ª Fase, Curso de Ciências Econômicas) - eletriva).
31. Ronald Tavares Pires da Silva	Marketing	Administração Mercadológica I (60h, 1º Professor em Cargo de Gestão 6º fase, Curso de Administração); Administração Mercadológica II (60h, pelo período de 14/08/2017 a 7º fase, Curso de Administração); Gestão Estratégica (60h, 5º fase, Curso de Administração) (Eletriva).	Administração Mercadológica II (60h, 7º fase, Curso de Administração); Gestão Estratégica (60h, 5º fase, Curso de Administração) (Eletriva).
32. Salli Baggensoss	Organização, Sistemas e Métodos	Ética e Responsabilidade Social (60h, 3º Professor na Coordenação do Curso de Administração, periodo de 04/07/2015 a 03/07/2017 Organização Sistemas e Métodos (60h,Portaria da Reitoria 1866/2015, 4º fase, Curso de Administração); Organização Sistemas e Métodos (60h, 03/07/2017 9. Professor em gozo de licença prêmio de 03/04 a 01/07/2017 Portaria reitoria nº	Ética e Responsabilidade Social (60h, 6º fase, Curso de Administração) Organização Sistemas e Métodos (60h, 4º fase, Curso de Administração); Organização Sistemas e Métodos (60h, 3º fase, Curso de Ciências Contábeis). Gestão de Pessoas I (60h, 1º fase, Curso de Administração); (Marinês)

Fls. 20
S/NEMAT SINOP

GOVERNO DO ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
CAMPUS DE SINOP
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO



		1901/2016.	Gestão de Pessoas II (60h, 2º fase, Curso de Administração); (Marinês).
33. Sérgio Guaraci do Prado Rodrigues	Contabilidade Específica	Contabilidade de Custos I (60h, 4º fase, Curso de Ciências Contábeis); Contabilidade de Custos II (60h, 5º fase, Curso de Ciências Contábeis); Contabilidade Avançada (60h, 5º fase, Curso de Ciências Contábeis). Contabilidade Avançada (60h, 5º fase, 14/08/2017. Curso de Ciências Contábeis).	Contabilidade de Custos I (60h, 4º fase, Curso de Ciências Contábeis); Contabilidade Avançada (60h, 5º fase, Curso de Ciências Contábeis).
34. Uditimar Carlos Zabot	Economia Aplicada	Teoria Microeconômica II (60h, 3ª fase, Curso de Ciências Econômicas); Economia Industrial (60h, 4ª Fase, Curso de Ciências Econômicas). Teorias do Crescimento Econômico (60h, 6ª fase, Curso de Ciências Econômicas); Perícia Contábil (60h, 6º fase, Curso de Ciências Contábeis); Gestão Estratégica e Análise de Custos (60h, 7º fase, Curso de Ciências Contábeis); Contabilidade Social e Ambiental (60h, 7º fase, Curso de Ciências Contábeis).	1. Professor em Exercício - 180 horas/aula na graduação.
35. Valdinha Rossato de Souza	Contabilidade Específica	Perícia Contábil (60h, 6º fase, Curso de Ciências Contábeis); Gestão Estratégica e Análise de Custos (60h, 7º fase, Curso de Ciências Contábeis); Contabilidade Social e Ambiental (60h, 7º fase, Curso de Ciências Contábeis).	1. Professor em Exercício - 180 horas/aula na graduação.
36. Vandersézar Casturino	Contabilidade Privada	Contabilidade Geral I (60h, 1º fase,3. Professor eleito Diretor da FACISA, Portaria da Reitoria e142/2017, período de 03/03/2017 Contabilidade Trabalhista Previdenciária (60h, 7º fase, Curso dea 02/03/2019	Contabilidade Geral I (60h, 1º fase, Curso de Ciências Contábeis); Contabilidade Geral I (60h, 1º fase, Curso de Ciências Contábeis);





GOVERNO DO ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
CAMPUS DE SINOP
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO



		Ciências Contábeis) - Eletiva; Contabilidade do Terceiro Setor (60h, 8º fase, Curso de Ciências Contábeis) Eletiva.	Contabilidade do Terceiro Setor (60h, 8º fase, Curso de Ciências Contábeis) Eletiva.
37. Wander Bosco Souza do Prado	Contabilidade Aplicada	Contabilidade Rural I (60 h, 5º fase, 14. Professor com possibilidade de Afastamento Qualificação - Curso de Ciências Contábeis); Contabilidade Tributária I (60h, 3ºDoutorado. fase, Curso de Ciências Contábeis); Contabilidade Tributária II (60h, 4º fase, Curso de Ciências Contábeis); Contabilidade Tributária III (60h, 4º fase, Curso de Ciências Contábeis).	Contabilidade Rural I (60 h, 5º fase, Curso de Ciências Contábeis); Contabilidade Tributária I (60h, 3º fase, Curso de Ciências Contábeis); Contabilidade Tributária II (60h, 4º fase, Curso de Ciências Contábeis).
38. Wyldmor Constantino Tives Dal Fovo	Teoria Microeconômica	Teoria Microeconômica I (60h, 2ª fase, 14. Professor com possibilidade de ocupar cargo de Gestão Curso de Ciências Econômicas); Economia de Empresas (60h, 4ª fase, Curso de Ciências Econômicas); Economia do Setor Público (60h, 5ª Fase, Curso de Ciências Econômicas).	

Fonte: Lotaçãoograma da FACISA atualizado em 05/06/2017





Apresenta-se no Quadro 1, um corpo docente de professores efetivos concursados na UNEMAT de Sinop, com formação expressiva em Doutores e Mestres, onde destaca-se: Na Graduação em Administração, relacionada diretamente na coordenação e atuação do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, oito (8) professores com Doutorado em Administração e áreas correlatas, cinco (5) com Mestrado e um (1) especialista, contudo, todos apresentam experiência profissional comprovadas em áreas ligadas as suas disciplinas de atuação na Graduação em Administração; Os Cursos de Ciências Contábeis, tem seu corpo de docentes com quatro (4) Doutores, seis (6) Mestres e um (1) professor especialista; Na Graduação de Ciências Econômicas são oito (8) professores Doutores, cinco (5) Mestres e nenhum especialista. Salienta-se que em todas as situações esses professores com formação em nível de Doutorado e Mestrado são Dedicação Exclusiva - TIDE (40 h de trabalho semanais). Ainda, esses professores, atuam em ensino, pesquisa e extensão na UNEMAT, *Campus* de Sinop, o que corrobora em garantir qualidade e experiência em suporte didático pedagógico na formação dos futuros alunos do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial.

A seguir apresenta-se no Quadro 2, os docentes efetivos que atuam no Curso de Administração da UNEMAT, *Campus* de Sinop, relacionados inicialmente para atuar no Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, no Município de Matupá (MT), com nome, titulação atual, área do Conhecimento e regime de trabalho.



QUADRO 2 –Professores Efetivos da FACISA, Cursos de Administração/2017

	DOCENTE	TITULAÇÃO	ÁREA DE CONHECIMENTO	REGIME DE TRABALHO
1	Adriano Dorneles	Especialista	Direito	30 horas
2	Arlete Redivo Sornberger	Mestre	Engenharia da Produção	TIDE
3	Fiorelo Picoli	Doutor	Administração	TIDE
4	Magda Glória Guarda	Mestre	Ciências Sociais	TIDE
5	Mara Beatriz Peiter	Mestre	Administração	TIDE
6	Marcelo Rosa	Mestre	Administração	TIDE
7	Marcos Luís Procópio	Doutor	Administração	TIDE
8	Maria Eloísa Karolczack	Doutora	Administração	TIDE
9	Marines Orlandi Taveira Chioveto	Doutor	Administração	TIDE
10	Mariele Schmidt C. Quinteiro	Mestre	Direito	TIDE
11	Natalício Pereira Lacerda	Doutor	Ciências Sociais	TIDE
12	Nilso Francio	Mestre	Ciências Sociais	TIDE
13	Paulo J. Santos de Vasconcellos	Mestre	Administração	TIDE
14	Ronald Tavares Pires da Silva	Doutor	Administração	TIDE
15	Salli Baggenstoss	Doutor	Engenharia da Produção	TIDE

Fonte: Coordenação Curso Administração (2017/1).

Complementarmente, para atender ao Currículo do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, será possível apoio de professores dos demais Cursos de Graduação da FACISA (Ciências Contábeis e Econômicas), inserindo-se de áreas adicionais e ou correlatas, das Faculdades de Ciências Exatas e Tecnológicas (FACET) e ou da Faculdade de Educação e Letras (FAEL), também sediadas regularmente no *Campus* de Sinop da UNEMAT. Essas Faculdades, abrigam os Cursos de Graduação em Matemática, Letras e Pedagogia, Sistema de Informações (Licenciatura), e Engenharias Civil e Elétrica (Bacharelado).

Observa-se que o índice de qualificação do Corpo Docente da FACISA, totaliza, conforme nomes citados no Quadro 1, vinte (20) professores com formação de Doutorado, dezesseis (16) Mestre e dois (2) especialistas. O Curso de Administração por sua vez, Quadro 2, totaliza oito (8) Doutores, sete (7) Mestres e um (1) especialistas, contudo os Doutores e Mestres atuam em regime de trabalho de 40 horas em tempo integral, dedicação exclusiva – TIDE. Essas características revalidam o índice de qualificação docente (IQCD).



3. OBJETIVOS DO CURSO (HABILIDADES E COMPETÊNCIAS)

3.1 O CURSO

O Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial do *Campus UNEMAT* de Sinop, que funcionará no Município de Matupá, tem sua base histórica no desempenho do Curso de Administração da UNEMAT, Campus de Sinop, que no último Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes - ENAD (2016) atingiu o Conceito 3. A avaliação da educação superior no Brasil, segue critérios objetivos de qualidade e excelência dos Cursos por critérios do MEC (Ministério da Educação e Cultura). Dessa maneira, o MEC instituiu o Conceito Preliminar de Curso (CPC), que atribui graus de 1 até 5 aos cursos de Graduação no país. Como o nome sugere, trata-se de um indicador da situação dos Cursos, esperando-se resultados quanto à situação prévia dos Cursos em termos de qualidade e excelência.

O CPC é divulgado anualmente junto com os resultados do ENADE, onde os graus de 1 ou 2, automaticamente obrigarão o MEC a efetivar visitas de avaliadores do INEP (Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira), autarquia federal vinculada ao Ministério da Educação (MEC). Cursos com grau 3 até 5 ficam desobrigados de tais visitas de verificação, uma vez que atingem os parâmetros exigidos sobre qualidade e excelência em suas composições didáticos pedagógicas.

O CPC avalia entre variáveis, resultados, quanto ao desempenho dos estudantes, infraestrutura e instalações do Curso na instituição, recursos didático-pedagógicos e corpo docente. Tais variáveis em sua composição, são retiradas dos resultados do ENADE, incluindo a diferença entre os Desempenhos Observado e Esperado (IDD) e o questionário socioeconômico e do Cadastro dos Docentes atualizado pelas próprias IES (instituições de Ensino Superior).

Segundo o MEC, os Cursos de Graduação com conceito igual a 3, atendem plenamente aos critérios de qualidade para funcionarem regularmente. Evidente que a meta para o próximo ENAD e CPC, pela UNEMAT de Sinop, no ano de 2018 (próxima avaliação), será aproximar os Cursos da área de Ciências Sociais Aplicadas da UNEMAT, aos graus 4 ou 5, uma vez que esse último, trata-se da excelência, que segundo o Ministério, marcam uma referência em âmbito Brasil, frente aos demais Cursos (MEC/2017).

Dentre os Cursos de Graduação da FACISA na UNEMAT, *Campus* Sinop, todos os três Cursos encontram-se em qualificação CPC igual ao grau 3 exigido pelo MEC.



3.2 OBJETIVOS

Nas organizações contemporâneas, em suas mudanças e adaptações em cenários empresariais, mais desafiadores e competitivos, exige-se formação de pessoas e profissionais, com capacidade de crescimento e versatilidade. Não obstante a premência em desenvolver novos desafios e maneiras de ver o mundo, a vida e as pessoas. Parece-nos, que entender comportamentos e respectivas nuances no ambiente comercial, torna-se determinante ao sucesso de profissionais e empresas.

Assim, com essa conotação, indica-se como objetivos para o Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial do *Campus UNEMAT* de Sinop, no Município de Matupá (MT), a seguir.

3.2.1 Objetivo Geral:

“Oferecer uma formação acadêmica superior, rápida e aprofundada, em termos teóricos e práticos, para o desenvolvimento de pessoas para atuar profissionalmente em diferentes organizações, associadas à área comercial e de negócios”.

3.2.2 Objetivos Específicos:

Especificamente o Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial:

- Desenvolver competências técnicas e práticas para atuação em áreas comerciais de organizações de naturezas diversas, para prospecção e satisfação de clientes, mercados, vendas, negócios e estratégias.
 - Proporcionar competências interpessoais, sobre o elemento humano nas organizações, para atitudes empreendedoras, éticas, de responsabilidade social, sustentáveis e voltadas às estratégias em avanços organizacionais às entidades comerciais.



3.1 HABILIDADES E COMPETÊNCIAS

Como Habilidades e Competências, o egresso do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, deverá apresentar:

- Habilidades essenciais: em vendas, marketing, gestão de pessoas, finanças comerciais, estratégias empresariais, tomada de decisão, estudo de mercado, logística e recursos patrimoniais, tecnologias da informação, relacionamento com consumidores, pesquisas de mercado, com capacidade gerencial técnica em empresas comerciais.

- Competências gerais, permitir e facilitar o alcance de metas e objetivos organizacionais; Identificar e apontar soluções para problemas organizacionais; Refletir sobre ações e decisões comerciais; Ter espírito empreendedor; Criatividade; Flexibilidade para adaptação às mudanças; Comportamento humano e ético; Capacidade de desenvolver projetos comerciais.

Todos esses elementos das Competências, deverão ser direcionados a um trabalho fundamentalmente a equipes em contínuo aprendizado comercial.



4. PERFIL DO EGRESO E CAMPO DE ATUAÇÃO PROFISISONAL

De acordo com o Catálogo Nacional dos Cursos em Tecnologia do Ministério da Educação (MEC/2016), o Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial da UNEMAT, Sinop, ofertado em Matupá (MT), terá como perfil do seu Egresso, indica na página 39 do documento. O Curso situa-se no “Eixo Tecnológico de Curso em Gestão e Negócios”, que preconiza para o perfil profissional de conclusão, como segue:

1. Articula e decide sobre as vendas em negócios diversos.
2. Realiza estudos de viabilidade econômica e tributária.
3. Elabora análises comerciais considerando as demandas e oportunidades do mercado.
4. Planeja pesquisas de mercado.
5. Desenvolve relacionamentos pós-venda com clientes.
6. Gerencia sistemas de informações comerciais.
7. Define métodos de formação de preços, considerando aspectos tributários, de custos, da concorrência e do valor para o cliente.
8. Gerencia a área comercial de uma organização.
9. Avalia e emite parecer técnico em sua área de formação.

Mesmo assim, o Catálogo citado pelo MEC/2016, menciona como campo de atuação do futuro profissional do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial:

- Empresas de beneficiamento de bens de consumo e indústrias
- Empresas de comercialização de insumos.
- Empresas de planejamento, desenvolvimento de projetos, assessoramento técnico e consultoria.
 - Empresas prestadoras de serviços de consumo final.
 - Empresas varejistas, atacadistas e de representação comercial.
 - Institutos e centros de pesquisa.
 - Instituições de Ensino, mediante formação requerida pela legislação vigente.



Observa-se pelas indicações do catálogo do MEC/2016, que especialmente para o Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, UNEMAT/ Sinop, a ser ofertado no Município de Matupá (MT), todas as atividades empresariais citadas para o campo de atuação do Egresso, são contempladas na cidade, na região.

As atividades comerciais em Matupá (MT) são diversificadas, desde comércios de insumos, “carro chefe”, devido a base econômica do Município galgar-se em agricultura e pecuário essencialmente.

Contudo, relevando-se a localização de pólos regionais que congregam o entroncamento das rodovias BR-163 (Via Federal, principal canal de escoamento de produtos, safras, cortando o Estado de Mato Grosso/MT (Figura 2), unindo região Centro Oeste, Sul e Sudeste do Brasil, aos Portos centrais de saída da produção – grãos especificamente), a MT-322, que congloba, Municípios importantes da economia no Norte de MT: Marcelândia, Terra Nova do Norte, Nova Guarita, Peixoto Azevedo, Guarantã do Norte e Novo Mundo. Esses Municípios em conjunto totalizam mais de 130.000 habitantes (IBGE/2010).

Matupá reúne 410 empresas instaladas (Prefeitura Municipal Matupá - PMM/2016), sendo três (3) empresas exportadoras de madeira, dois (2) Frigoríficos Exportadoras, cinco (5) Empresas Construtoras (área Engenharia Civil), vinte e cinco (25) indústrias, trezentos e quarenta e três (343) comércios (varejo e atacado) – médias e pequenas empresas, e ainda quarenta e dois (42) prestadoras e serviços (autônomos e empresas) – Fonte PMM/2016).

Certamente, com esse potencial econômico em expansão, acrescido de jovialidade do Município, com população na faixa etária média de 28 anos (IBGE/2012), o Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, terá funcionalidade prática na formação das populações de profissionais capacitados para atuação nesse conglomerado de empresas e instituições, que necessitam de capacitação para conjugar a potência empresarial da microrregião.

Auxilia-se a esse cenário as projeções da Administração Municipal, para edificar um Centro de Convenções para Eventos, capacidade de 1500 pessoas, mais de 80.000 m² de pavimentação asfáltica na área urbana de Matupá, drenagens para águas pluviais, um miniestádio para práticas esportivas às populações, construção de mais de 250 casas populares, um *Campus* Universitário para a cidade, aeroporto Municipal com pista asfáltica,



ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
CAMPUS DE SINOP
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO



iluminada com terminal de embarque (investimentos acima de R\$9. Milhões de reais) e Centro de Atendimento Empresarial em parceria Governo e Empresas (Prefeitura Municipal de Matupá/2015).

Tal cenário destaca ainda, a qualidade de vida oferecida aos moradores de Matupá, proporcionada por renda privilegiada da população com base em atividades em área agricultável de até 100.000 Hâ, pecuária leiteira e de corte com rebanho estimado de um milhão e trezentas mil cabeças cadastradas no INDEA e ainda setor madeireiro com atividades sustentáveis, reconhecidas/acompanhadas pelo IBAMA.

Especialmente ao Gado leiteiro, a região produz mais de 200 mil litros diários, sendo 50.000 l somente em Matupá, que indica aproximadamente 25% da produção total regional (Figura 2), podendo potencializar até o dobro dessa produção em curto prazo.

Matupá ainda, conta com 250 chácaras, próximas ao núcleo urbano, com três (3) assentamento do INCRA e 1760 famílias assentadas, que pelo levantamento regional do mesmo órgão, poderá totalizar em curto prazo cerca de 14.500 famílias assentadas.

Frente os desafios e demandas profissionais apresentadas pelo Polo Regional de Matupá e pelo potencial de sua microrregião (Figuras 1 e 2) o Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, da UNEMAT de Sinop ofertado no Município de Matupá do formato presencial, inspira-se ao seu futuro profissional egresso a atuar em organizações diversas, sem, entretanto, abrir mão da sua especialidade, voltada para atividades de comércio, prestadoras de serviços, empresas do agronegócio, entre outras, fundamentalmente: empresas de pequeno, médio e grande porte; hospitais, hotéis, entidades esportivas, bancos e instituições financeiras, empresas atacadistas, varejistas e de serviços e organizações do agronegócio; cooperativas, associações e organizações não-governamentais (ONGs); órgãos públicos municipais, estaduais e federais; e empresas de consultoria na área de Administração e de Negócios.

Ademais, é esperado que o egresso seja capaz de transpor as barreiras técnicas da formação do Tecnólogo Comercial e se torne também capaz de compreender, independentemente de sua área de atuação, as implicações econômicas, sociais e morais mais amplas do trabalho de um Gestor na sociedade contemporânea, de modo a se fazer apto para contribuir para a melhoria do bem-estar social sem abdicar de seu papel de cidadão.



5. INTEGRAÇÃO ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO E INTERDISCIPLINARIDADE

Pretende-se a partir desse projeto do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, desenvolver por intermédio da UNEMAT, Campus de Sinop, operacionalizando-se por meio da FACISA e de seus Cursos de Graduação em Administração (curso de vínculo direto), Ciências Contábeis e Econômicas, Cursos de Pós-Graduação em Nível *Stricto Sensu*, para Matupá (MT) e microrregião de abrangência em sistema modular.

Tais projetos serão elaborados à partir da primeira edição do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, no ano de 2018/1 para contemplar os egressos do Curso e a população em geral, em áreas específicas afetas a Matriz Curricular do Curso, definidas no respectivo PPC (Projeto Pedagógico do Curso) deferido pelas instâncias legais e regimentais da UNEMAT.

5.1 Ações de Ensino

As ações de Ensino no Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial (GTC) em Matupá, será constituído por Matriz Curricular, seguindo as premissas dos seguintes documentos legais: PORTARIA NORMATIVA Nº 12, de 14 de agosto de 2006, que dispõe sobre adequação e denominação dos Cursos Superiores de tecnologia ao Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia (MEC – Ministério de Educação), nos termos do art. 71, parágrafo 1º e 2º, do Decreto 7.773, de 2006 (MEC). Também Decreto nº 5154 de 23 de julho de 2004 (MEC), e ainda, a Lei nº 9.394 de 20 de dezembro de 1996 que instituiu e estabeleceu as Leis de Diretrizes e Bases da educação Nacional (LDB).

De mesmo modo, seguirá a Normativa Acadêmica da UNEMAT e respectivo Estatuto da Universidade do Estado de Mato Grosso – UNEMAT em vigor, de maneira integral e irrestrita, salvaguardando todos os direitos e legitimidades para ações, projetos, certificações ao Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial. Em capítulo específico será apresentado a versão completa da Matriz Curricular.



5.2 Extensão Universitária

Atualmente, em termos de Extensão Universitária, a UNEMAT *Campus de Sinop*, possui mais de 100 projetos em andamento, contudo destaca-se no Quadro 4, projetos relacionados diretamente ao Curso de Administração, como segue:

Quadro 4 – Projetos de Extensão Universitária Curso Administração UNEMAT Sinop

Nome do projeto	Validade
CiLU – Círculo Social do Livro – Rede Social do Livro	2014/2017
Gele – Grupo de Estudos Leituras	2016/2018
CON ADM – Congresso de Administração da UNEMAT de Sinop – Anual	2007/2017
IN @CÃO-Sinop/2017 - Inovação e Informação Sinop – Parceria com UNEMAT, ACES, UFMT, IFMT, UNIC, FASIPE, SECITEC, SENAI, SEBRAE, Prefeitura Municipal de Sinop.	2017
Grupo de Teatro – Realidades do Cotidiano – Alunos da UNEMAT Sinop	2017
Q_PEMP – Qualificação, Capacitação e Empreendedorismo entre empresas da Avenida André Maggi em Sinop	2014/2017
Laboratório de Gestão – Atividades Administrativas e Sociais – Ações em parceria com a Comunidade externa empresarial e do agronegócio.	Implantação 2017/2

Fonte: Coordenação do Curso de Administração UNEMAT Sinop

As atividades Extensão Universitárias desenvolvidas em Sinop, serão estendidas para participação pelos alunos do GTC em Matupá, sob coordenação dos professores pesquisadores que atuam no Curso de Administração e na FACISA, UNEMAT, *Campus* Sinop, proporcionando-se a integração entre os estudantes de Sinop, e Matupá, de maneira regular e programada.

5.3 Ações de Pesquisa

Atualmente, o Curso de Administração da UNEMAT, Sinop, por meio de seus professores pesquisadores projetos de pesquisa em andamento, como segue no Quadro 5.

Quadro 5 – Projetos de Pesquisa Curso Administração UNEMAT Sinop

Nome do projeto	Validade
Estudo sobre o Programa Pró-Transporte setor Público – Pavimentação e Qualificação de vias urbanas no Município de Sinop, no Estado de Mato Grosso – Qualidade de Vida, Mobilidade e Cidadania: uma percepção dos Empresários e Municípios.	2016/2018
Prospecção de Cenários Econômicos, Produtivos e suas nuances depredatórias na Amazônia Matogrossense (portaria 1143/2016)	2015/2017
Desenvolvimento da Cultura do Algodão em Mato Grosso: uma abordagem relacional	2010/2018
Um estudo sobre adoção de Padrões de Produção Sustentáveis na Cadeia da Soja na Amazônia Legal	2010/2018
Amazônia Rural (MT) – Desenvolvimento Rural e Políticas Públicas na Amazônia Matogrossense (Portaria 2381/2016)	2016/2018

Fonte: Coordenação do Curso de Administração UNEMAT Sinop



Esses projetos de Pesquisa, estão em desenvolvimento sob coordenação e planejamento de professores pesquisadores e alunos no Curso de Administração da UNEMAT em Sinop, os quais estão institucionalizados e vinculados aos grupos de Pesquisa regulamentados diante no CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico). Tal órgão, trata-se de uma agência Federal do Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC), com responsabilidade central de fomentar a pesquisa científica e tecnológica e incentivar a formação de pesquisadores brasileiros.

No caso do Curso de Administração da UNEMAT, *Campus* de Sinop, são dois grupos: Prospectivas para Desenvolvimento da Amazônia Matogrossense (PDA_MT) e o grupo Desenvolvimento Sustentável da Amazônia Matogrossense (GEEDAM), os dois Grupos são constituídos de professores pesquisadores, que também direcionarão projetos que envolvam alunos e as comunidades no Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial em Matupá.

Decorrentes dessas ações projetos, integrados entre Ensino, Pesquisa e Extensão, as linhas de pesquisa do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, será relacionada:

Linha Pesquisa 1 – Desenvolvimento Regional Sustentável

Objetivos Linha de Pesquisa 1: Gestão, Sustentabilidade e Meio Ambiente - intuito de desenvolver pesquisas com a finalidade de identificar mecanismos de sustentabilidade econômica, social e ambiental, para organizações, de diferentes naturezas e segmentos, proporcionando integração entre o setor Público, o Privado e o Terceiro Setor da Amazônia Matogrossense.

Linha Pesquisa 2 – Estratégias Organizacionais

Objetivos Linha de Pesquisa 2: Gestão, Estratégias empresariais, que relacionem o desenvolvimento investigativo sobre problemas nas áreas da Gestão em: Marketing, Gestão de Pessoas, Finanças, Produção, Prestação de Serviços, Materiais, Logística, Processos e operações, responsabilidade Social, economia solidária, agronegócio e voluntariado, Comportamentos socioculturais, remetendo resultados as soluções do tecido social para geração de emprego, renda. Consonantes com demandas Amazônia Matogrossense



Dessa maneira, para as duas Linhas de Pesquisa científica, ficam em sincronia plena com o Curso de Administração da UNEMAT, Sinop, o que garantirá aos alunos de Matupá (MT) e comunidades de abrangência, alinhamentos em projetos de Estágio do Curso (obrigatório), TC (Trabalho de Curso - Conclusão). Contemplando as demandas e necessidades que permitam o crescimento dos alunos (futuros profissionais) e apoio as necessidades sociais e econômicas entre empresas e organizações de naturezas diversas.

6. INTEGRAÇÃO ENTRE TEORIA E PRÁTICA

No Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial (TGC), a integração entre teoria e prática é promovida das seguintes formas:

- Atividades de Estágio Supervisionado, em duas versões I e II (ver tópico específico);
- Disciplina de TC ou TCC (Trabalho de Conclusão de Curso) (ver tópico específico);
- Disciplinas que preveem laboratório e atividades externas como visitas técnicas, pesquisa de campo, cursos para comunidade externa, reuniões com cooperativas e associações;
- Projetos de extensão e pesquisa procurando integrar a universidade com a comunidade;
- Atividades complementares (ver tópico específico);
- Eventos de palestras, visitas técnicas, projetos de pesquisa e ou extensão.

O Curso de Administração, *Campus* em Sinop organiza, em conjunto com demais Cursos da FACISA e parceiros agentes da Comunidade Externa, eventos na área de Ensino, Pesquisa e Extensão (Quadros 4 e 5). Essas ações são desenvolvidas integralmente com o objetivo de interagir com a comunidade externa, comprovando por meio de palestras, visitas técnicas, projetos diversos, que as teorias são apuradas com a prática.



Tal pragmatismo, será igualmente implementado no Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial (TGC), vindo corroborar e comprovar as aplicações teóricas (desenvolvidas nas disciplinas do Curso), seja pelo experimento científico, seja pela vivência ou simples observação que os estudantes poderão testemunhar no andamento do Curso e respectiva sincronia de suas disciplinas eleitas na Matriz Curricular.

Preservar-se-á, pela integração constante entre teoria e prática no Curso, em ações conjuntas e ou nas atuações didático-pedagógica dos professores em sala de aula, gestores e alunos no Curso, de maneira, a permitir um processo integrativo e de formação de competências aos futuros profissionais para Gestão Comercial.

7. MOBILIDADE ACADÊMICA

Preservando-se a perspectiva da Mobilidade Acadêmica, ao Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial (TGC), pela UNEMAT, possui a condição de Universidade Pública, comprometendo-se com a necessidade premente de adequação em um mundo sem fronteiras é que, através da Resolução 071/2011- CONEPE, a mobilidade acadêmica se estabelece, tendo em seu Art. 3º a finalidade, ou seja, “que discentes vinculados à UNEMAT cursem disciplinas pertinentes a seu curso de graduação em outras IES, nacionais ou estrangeiras” e ainda coloca, em seu Art. 4º, que “o Programa de Mobilidade Acadêmica possibilita que discentes das IES envolvidas possam realizar mobilidade para desenvolverem atividades vinculadas à pesquisa e/ou extensão por um período máximo de 03 (três) meses, 06 (seis) ou 01 (um) ano”.

Todas as ações do acadêmico serão validadas pelo Colegiado do Curso e da Faculdade, a qual veicula-se (FACISA) e/ou com base em editais específicos.

Tal mobilidade também ocorre entre *Campi* da UNEMAT e entre cursos da UNEMAT, bem como com projetos de intercâmbio interinstitucional (Nacionais e ou Internacionais), devidamente regulamentados e regularizados com legislação específica em âmbito da UNEMAT, Estadual, Federal ou de Nações “amigas” do Governo Brasileiro, e em vigor absoluto.

Os estudos realizados são admitidos em conceito amplo de saberes e a carga horária deve ser observada. Os alunos em mobilidade devem estar matriculados regularmente.



Segundo o Art. 15º da referida Resolução, o aproveitamento de estudos como acadêmico em mobilidade, no que se refere ao estudante da UNEMAT, será de no máximo 20% (vinte por cento) do total dos créditos do curso em que está matriculado.

Quaisquer outras especificidades ou casos alheios, serão analisados e deferidos ou não pelos trâmites regimentais previstos no Estatuto da UNEMAT e ou Regulamentações Acadêmicas vigentes.

8. MODOS DE INTREGAÇÃO ENTRE GRADUAÇÃO E PÓS-GRADUAÇÃO

Será possível de acordo com legislação Federal em vigor e ou outras demandas de Pós-Graduação da UNEMAT, específicas, em diferentes níveis em *Lato* ou *Strictu Sensu*, ofertar Cursos e ou Programas nessa formação aos egressos do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial (TGC), por projetos elaborados oportunamente. Observa-se, que tais propostas, serão elaboradas após estudo prévio de demandas potenciais para Matupá e microrregião de abrangência, em conformidade com as linhas de pesquisa do Curso, potenciais alunos e que contemple necessidades socioeconômicas de geração de qualificação profissional e emprego e renda às populações.

Pretende-se intensificar tais projetos e ou programas por meio da estrutura da UNEMAT, em desenvolvimento e funcionamento da UNEMAT (desde o ano de 2009), via Universidade Aberta do Brasil - UAB/CAPES, para Cursos de Graduação e Pós-Graduação, assim proporcionar o ensino, pesquisa e extensão presencial, semipresencial ou ainda EAD.

O quadro de docentes para tais projetos, será totalmente disponibilizado pela UNEMAT, Sinop, por meio de Mestre e Doutores que atuam nessa modalidade de formação acadêmica, tanto na condição de docentes como orientadores.

Com esse cenário a integração para projetos de pesquisa, extensão e capacitação de pessoas será amplamente explorado e ofertado aos alunos, egressos e comunidades do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial (TGC).



9. MATRIZ CURRICULAR

A Matriz Curricular do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial (TGC), terá carga horária total de 1600 horas/aula, divididos em quatro (4) Fases (semestrais), dois (2) anos de duração, entre 23 disciplinas, de 60 horas/aula, com 160 horas/aula em atividades complementares (Resolução nº 051/2016 – CONEPE – Regulamenta a inclusão e o registro das atividades curriculares de extensão como componente curricular obrigatório dos cursos de graduação da UNEMAT).

O TGC será divido pedagogicamente em “Eixos Temáticos”, com sei (6) Eixos, a considerar:

EIXO TEMÁTICO 1 – GESTÃO E COMUNICAÇÃO

- Fundamentos da Administração
- Comunicação Empresarial
- Empreendedorismo

EIXO TEMÁTICO 2 – MERCADOLÓGICA

- Administração Mercadológica I
- Administração Mercadológica II
- Administração de Vendas
- Pesquisa de Mercado e Comportamento do Consumidor

EIXO TEMÁTICO 3 – ESTRATÉGIA E MERCADO

- Economia e Mercado
- Comercio Eletrônico e Mídias Digitais
- Administração Estratégica
- Administração de Materiais e Logística

EIXO TEMÁTICO 4 – GESTÃO FINANCEIRA E CONTÁBIL

- Contabilidade Básica
- Matemática Comercial e Financeira
- Gestão de Custos e Formação de Preços
- Administração Financeira
- Análise de Viabilidade Econômica e Financeira
- Direito Comercial e Tributário



EIXO TEMÁTICO 5 - PESSOAS

- Administração de Conflitos e Técnicas de Negociação
- Gestão de Pessoas
- Liderança e Gestão de Equipes

EIXO TEMÁTICO 6 – TEÓRICO PRÁTICO

- TC – Trabalho de Curso
- Estágio I e Estágio II

9.1 Matriz Curricular

Planilha 1: Matriz Curricular do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial (TGC)

CÓDIGO	DISCIPLINA	CR	CHT			CHS	
			T	P	TOT	T	P
1ª FASE							
001	Fundamentos de Administração	04	60	-	60	04	-
002	Contabilidade Básica	04	60	-	60	04	-
003	Matemática Comercial e Financeira	04	60	-	60	04	-
004	Comunicação Empresarial	04	60	-	60	04	-
005	Administração Mercadológica I	04	60	-	60	04	-
006	Economia e Mercado	04	60	-	60	04	-
Subtotal		24	360	-	360	24	
2ª FASE							
007	Empreendedorismo	04	60	-	60	04	-
008	Gestão de Custos e Formação de Preços	04	60	-	60	04	-
009	Administração Mercadológica II	04	60	-	60	04	-
010	Direito Comercial e Tributário	04	60	-	60	04	-
011	Administração de Conflitos e Técnicas de Negociação	04	60	-	60	04	-
012	Estágio I	04	60	-	60	04	-
Subtotal		24	360	-	360	24	
3ª FASE							
013	Administração Financeira	04	60	-	60	04	-
014	Gestão de Pessoas	04	60	-	60	04	-
015	Administração de Vendas	04	60	-	60	04	-
016	Pesquisa de Mercado e Comportamento do Consumidor	04	60	-	60	04	-
017	Administração de Materiais e Logística	04	60	-	60	04	-
018	Estágio II	04	60	-	60	04	-
Subtotal		24	360	-	360	24	
4ª FASE							
019	Liderança e Gestão de Equipes	04	60		60	04	
020	Comércio Eletrônico e Mídias Digitais	04	60		60	04	
021	Administração Estratégica	04	60		60	04	
022	Análise de Viabilidade Econômica Financeira	04	60		60	04	
023	TCC – Trabalho de Conclusão de Curso	08	120		120	04	
Subtotal		24	360	-	360		
TOTAL		96	1.440	360	1.440		
ATIVIDADES COMPLEMENTARES			160				
TOTAL GERAL			1600				



9.1 TRABALHO DE CRÉDITOS E ATIVIDADES PREVISTAS

T= Teórico P=Prático L=Laboratório C=Campo

Planilha 2: Matriz Curricular e Atividades Previstas nas Disciplinas/04CR= 60 h/a

CÓDIGO	DISCIPLINA	CR	CHT			
			T	P	L	C
001	Fundamentos de Administração	04	50	10	-	-
002	Contabilidade Básica	04	60	-	-	-
003	Matemática Comercial e Financeira	04	50	10	-	-
004	Comunicação Empresarial	04	50	10	-	-
005	Administração Mercadológica I	04	30	20	-	10
006	Economia e Mercado	04	40	10	10	-
Subtotal		24	280	60	10	10
007	Empreendedorismo	04	20	10	10	20
008	Gestão de Custos e Formação de Preços	04	50	10	10	-
009	Administração Mercadológica II	04	20	10	10	20
010	Direito Comercial e Tributário	04	60	-	-	-
011	Administração de Conflitos e Técnicas de Negociação	04	40	10	-	10
012	Estágio I	04	60	-	60	-
Subtotal		24	190	40	90	50
013	Administração Financeira	04	40	10	-	10
014	Gestão de Pessoas	04	40	10	10	20
015	Administração de Vendas	04	30	10	10	10
016	Pesquisa de Mercado e Comportamento do Consumidor	04	20	10	10	20
017	Administração de Materiais e Logística	04	30	10	10	10
018	Estágio II	04	60	-	60	-
Subtotal		24	220	50	100	70
019	Liderança e Gestão de Equipes	04	20	10	10	20
020	Comércio Eletrônico e Mídias Digitais	04	20	10	10	20
021	Administração Estratégica	04	20	10	10	20
022	Análise de Viabilidade Econômica Financeira	04	30	10	10	10
023	TCC – Trabalho de Conclusão de Curso	08	60	30	10	20

10. POLÍTICA DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO

As atividades de Estágio Supervisionado (I e II – 2^a e 3^a Fases do Curso) são normatizadas pela Resolução 028/2012.

Poderão ministrar as disciplinas de Estágio os Professores lotados no Curso de Administração na UNEMAT, *Campus* em Sinop.



11. POLÍTICA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

As atividades do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) são normatizadas pela Resolução 030/2012 do CONEPE.

A disciplina de Trabalho de Curso (TCC) poderá ser ministrada pelos professores lotados no Curso de Administração da UNEMAT, *Campus* de Sinop.

12. ATIVIDADES COMPLEMENTARES

As atividades complementares são normatizadas pela Resolução 157/2008 do CONEPE, UNEMAT.



13. EMENTAS E BIBLIOGRAFIAS

A seguir apresenta-se as Ementas e respectivas Bibliografias, básicas e complementares, das Disciplinas do TGC, para turma de Matupá (MT), como segue, por Fases:

CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1º FASE

DISCIPLINA	FASE	CARGA HORÁRIA
FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO	1º	60
OBJETIVO		
Analisar, por meio de uma visão mais apurada, os desafios enfrentados na gestão contemporânea, de modo a posicionar-se criticamente ante os modelos de gestão adotados pelas organizações		
DESCRIÇÃO / EMENTA		
Origens e conceito de Administração. O processo gerencial: planejamento, organização, direção e controle nos níveis estratégico, tático e operacional. As grandes áreas da Administração. Eficiência, eficácia e competitividade. Modelos de gestão e modelos de referência. Organização. Organogramas. Estrutura organizacional. Centralização e descentralização. Downsizing. Benchmarking. Aprendizagem Organizacional. Administração na atualidade e <i>cases</i> de destaque.		
UNIDADES DE ENSINO		
<ol style="list-style-type: none">1. Origem da Administração e Teorias da Administração2. O Processo gerencial e Níveis Organizacionais<ol style="list-style-type: none">2.1 Planejamento2.2 Organização2.3 Direção2.4 Controle2.5 Níveis estratégicos, táticos e operacionais2.6 Eficácia, eficiência e competitividade3. Áreas da Administração<ol style="list-style-type: none">3.1 Finanças3.2 Marketing3.3 Recursos Humanos3.4 Produção3.5 Operações4. Contextualização dos modelos de gestão.<ol style="list-style-type: none">4.1 Conceito de modelo de gestão e sua importância4.2 Modelos de referência5. Estrutura Organizacional<ol style="list-style-type: none">5.1 Organização5.2 Estudo de layout5.3 Organograma		



GOVERNO DE
MATO GROSSO

ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
CAMPUS DE SINOP
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO



- 5.4 Departamentalização
- 5.5 Centralização e descentralização
- 6. Novos modelos de gestão
 - 6.1 Downsizing
 - 6.2 Benchmarking
 - 6.3 Organizações de Aprendizagem
 - 6.4 Estudos atuais

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à Teoria Geral da Administração**. São Paulo: 6. ed. Campus, 2000.
- FAYOL, Henry. **Administração industrial e geral**. São Paulo: Atlas, 1989.
- MOTTA, F. C. Prestes. **Introdução à Organização Burocrática**. São Paulo: Pioneira, 2004.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- ARAUJO, Luis César G. de. **Teoria Geral de Administração: aplicação e resultados nas empresas brasileiras**. São Paulo: Atlas, 2004.
- HICKSON, D. PUGH, D. **Os Teóricos das Organizações**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.
- SILVA, Reinaldo Oliveira da. **Teorias da Administração**. São Paulo: Prentice Hall, 2008.
- TAYLOR, Frederick W. **Princípios de administração científica**. 1. ed. 14. reimpressão. São Paulo: Atlas, 2009.

DISCIPLINA	FASE	CARGA HORÁRIA
COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL	1º	60

OBJETIVO

Compreender o significado da comunicação, trabalhar a parte prática na escolha dos instrumentos de comunicação a fim de tornar o estudante conhecedor desses meios e de sua aplicação.

DESCRIÇÃO / EMENTA

Principais Conceitos da comunicação empresarial. Comunicação como poder nas organizações. Comunicação interna x externa. Comunicação institucional. Estudos de casos. Técnicas de comunicação empresarial. Verbalização do acadêmico: aspectos práticos. Relações internas do texto. Etiqueta no ambiente empresarial; Marketing Pessoal. Documentos oficiais.

UNIDADES DE ENSINO

- 1. Introdução ao conceito de comunicação
 - 1.1. Representação esquemática;
 - 1.2. Glossário
- 2. Comunicação Empresarial
 - 2.1. História
 - 2.2. Finalidade;
 - 2.3. Formas de comunicação;
 - 2.3. Público e opinião pública.
- 3. Administração da informação
 - 3.1. Qualificação;



GOVERNO DE
MATO GROSSO

ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
CAMPUS DE SINOP
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO



- 3.2. Responsabilidade;
- 3.3. Estratégias;
- 3.4 Ética e Responsabilidade Social.
- 4. Veículos e transmissão de comunicação
 - 4.1. Comunicação interna;
 - 4.2. Comunicação externa;
 - 4.3. Assessoria de comunicação;
 - 4.4. Marketing;
 - 4.5 Administração de crises.
- 5. Novas mídias
 - 5.1. Comunicação empresarial na Internet
- 6. Marketing Pessoal
 - 6.1 Etiqueta no ambiente empresarial

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- BAHIA, Banedito Juarez. **Introdução à Comunicação Empresarial**. Rio de Janeiro: Mauad, 1995.
BELTRÃO, Luiz. **Subsídios para uma teoria da comunicação de massa**. São Paulo: Summus, 1986.
CAHEN, Roger. **Comunicação Empresarial: tudo que seus gurus não lhe contaram sobre comunicação empresarial**. São Paulo: Best Seller, 1990.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- CORRADO, Frank M. **A força da comunicação: quem não se comunica**. Trad. Bárbara Theoto Lambert; ver. técnica Mário Tapias Gomes. São Paulo: Makron Books, 1994.
KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Obtendo Resultados com Relações Públicas**. São Paulo: Pioneira, 2001.
NASSAR, Paulo. **O que é comunicação empresarial**. São Paulo: Brasiliense, 1995. (Primeiros Passos).
REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. **Comunicação Empresarial, comunicação institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas**. São Paulo: Summus, 1986.

DISCIPLINA	FASE	CARGA HORÁRIA
CONTABILIDADE BÁSICA	1º	60

OBJETIVO

Proporcionar conhecimentos teórico-científicos sobre a contabilidade, através dos seus mais diversos campos de atuação, visando desenvolver a capacidade da liderança contábil.

DESCRIÇÃO / EMENTA

Conhecimento da função da Contabilidade e da utilidade das Demonstrações Contábeis para avaliação do desempenho e gestão do negócio. Registros e sistemas contábeis. Análise de questões contábeis. Relatórios contábeis. Aplicação dos conhecimentos da ciência e da técnica contábil, voltados à estruturação de balanços e do conjunto dos demonstrativos contábeis.

UNIDADES DE ENSINO



GOVERNO DE
MATO GROSSO

ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
CAMPUS DE SINOP
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO



1. Fundamentos da contabilidade:
 - 1.1 Conceito,
 - 1.2. Objeto,
 - 1.3. Objetivos,
 - 1.4. Campo de aplicação,
 - 1.5. Técnicas contábeis
2. Patrimônio:
 - 2.1. Conceito,
 - 2.2 Componentes,
 - 2.3. Aspectos qualitativos e quantitativos,
 - 2.4. Representação gráfica,
 - 2.5. Situações líquidas patrimoniais,
 - 2.6. Patrimônio líquido,
 - 2.7. Origens a aplicações de recursos.
3. Contas:
 - 3.1.conceito,
 - 3.2.classificação,
 - 3.3. Plano de contas,
 - 3.4. Balancete contábil
4. Princípios contábeis:
 - 4.1. Entidade,
 - 4.2. Continuidade,
 - 4.3. Oportunidade,
 - 4.4 Registro pelo valor original,
 - 4.5. Competência,
 - 4.6. Prudência.
5. Escrituração:
 - 5.1. Livros utilizados,
 - 5.2. Método partidas dobradas,
 - 5.3. Lançamentos contábeis,
 - 5.4. Balancetes e razonetes.
6. Apuração do resultado do exercício: 1. roteiro para apuração.
7. Demonstrações contábeis:
 - 7.1. Balanço patrimonial,
 - 7.2. Demonstração do resultado do exercício
8. Folha de pagamento:
 - 8.1. Elaboração
 - 8.2. Contabilização

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARTINS, Eliseu; GELCKE, Ernesto Rubens; SANTOS, Ariovaldo dos,. **Manual de contabilidade societária:** Aplicável a todas as Sociedades de Acordo com as Normas Internacionais e do CPC. São Paulo: Atlas, 2010.

IUDÍCIBUS, S.; MARTINS, E. (Orgs). **Contabilidade Introdutória.** 11. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

SZUSTER, N.; CARDOSO, R. L.; SZUSTER, F. R.; SZUSTER, Fernanda R.; SZUSTER, Flávia R. **Contabilidade Geral: Introdução à Contabilidade Societária.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR



CPC – COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS. **Pronunciamento Conceitual Básico (R1): Estrutura conceitual para elaboração e divulgação de relatório contábil-financeiro.** Disponível em: <http://www.cpc.org.br/pdf/CPC00_R1.pdf>.

VICECONTI, P; NEVES, S. **Contabilidade Básica.** 14. ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

DISCIPLINA	FASE	CARGA HORÁRIA
MATEMÁTICA COMERCIAL E FINANCEIRA	1º	60
OBJETIVO		
Instrumentalizar o aluno nos fundamentos básicos da matemática comercial e financeira.		
Descrição / Ementa		
Fundamentos Financeiros: taxa unitária, taxa percentual e coeficiente. Aplicações Financeiras: capitalização simples e capitalização composta; taxa proporcional e taxa equivalente; desconto; equivalência de capitais. Taxa de Juros: nominal; efetiva, efetiva líquida; média das operações. Créditos Financeiros: série de pagamento uniforme; sistema de amortização; arrendamento mercantil. Métodos de Análise do Investimento: valor presente líquido; taxa interna de retorno.		
UNIDADES DE ENSINO		
<p>1 – ARITMÉTICA RACIONAL</p> <ul style="list-style-type: none">1.1. Razão e proporção.1.2. Grandezas proporcionais.1.3. Regra de sociedade.1.4. Regra de Três.1.5. Porcentagem.1.6. Operações com mercadorias. <p>2 - JURO SIMPLES.</p> <ul style="list-style-type: none">2.1. Juro, capital e taxa.2.2. Regimes de capitalização.2.3. Juro simples.2.4. Taxas proporcionais e equivalentes.2.5. Juro comercial e juro exato.2.6. Número exato de dias entre duas datas.2.7. Montante. <p>3 – DESCONTO SIMPLES.</p> <ul style="list-style-type: none">3.1. Títulos de crédito.3.2. Tipos de desconto.3.3. Desconto comercial.3.4. Desconto racional.3.5. Taxa de juro efetiva.3.6. Equivalência de capitais. <p>4 - JURO COMPOSTO</p> <ul style="list-style-type: none">4.1. Definição		

- 4.2. Montante
- 4.3. Fator de Capitalização.
- 4.4. Cálculo do Capital.
- 4.5. Taxas proporcionais.
- 4.6. Taxas Equivalentes.
- 4.7. Montante para Períodos não inteiros.
- 4.8. Taxa nominal e taxa efetiva.
- 4.9. Taxa real e taxa aparente.

5 – DESCONTO COMPOSTO

- 5.1. Valor Atual
- 5.2. Equivalência de capitais diferidos.

6 – CAPITALIZAÇÃO E AMORTIZAÇÃO COMPOSTA

- 6.1. Rendas
- 6.2. Capitalização composta.
- 6.3. Amortização composta.

7 – EMPRÉSTIMO

- 7.1. Sistema Francês de Amortização
- 7.2. Sistema Price
- 7.3. Sistema de Amortização constante.
- 7.4. Sistema de Amortização Misto
- 7.5. Empréstimo com Correção Monetária.

8 – DEPRECIAÇÃO

- 8.1. Métodos de Depreciação

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- ASSAF NETO, Alexandre. **Matemática Financeira e Aplicações**. 7. ed. SP: Atlas, 2002.
 MERCHEDE, Alberto. **Matemática financeira: para usuários do Excel e da calculadora HP-12C**.
 PUCCINI, Abelardo de Lima Puccini. **Matemática financeira: objetiva e aplicada**. 7. ed. SP: 2004

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- FARO, Clóvis de. **Matemática Financeira**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 1993.
 FRANCISCO, Walter de. **Matemática financeira**. São Paulo: Atlas, 1991.
 HAZZAN, Samuel, POMPEO, José Nicolau. **Matemática Financeira**. 5. ed. SP: Saraiva 2003.
 MERCHEDE, Alberto. **HP-12C: cálculos e aplicações financeiras - Exercícios interativos**. São Paulo: Atlas, 2009.
 VERAS, Lilia Ladeira. **Matemática Financeira com o uso de Calculadoras Financeiras**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1994.
 VIEIRA SOBRINHO, José Dutra. **Matemática Financeira**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2000

DISCIPLINA	FASE	CARGA HORÁRIA
ADMINISTRAÇÃO MERCADOLÓGICA I	1º	60
OBJETIVO		
Compreender a abrangência e necessidade dos estudos mercadológicos, de forma integrada com as demais áreas funcionais da organização, como forma de alcançar a realização dos objetivos organizacionais, a plena satisfação dos clientes e a criação de valor e de vantagens competitivas.		



GOVERNO DE
MATO GROSSO

ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
CAMPUS DE SINOP
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO



EMENTA

Base conceitual do Marketing: conceito e evolução. O ambiente, suas variáveis e mudanças e a formação do conceito de marketing. As funções do marketing. Conceitos básicos para compreensão do Marketing. Objetivos da utilização do Marketing: satisfação, Relacionamento, Valor. Análise do Ambiente – Micro e Macro Sistema de Informação de Marketing – SIM Concorrência - Análise Segmentação e seleção de mercados-alvo. Posicionamento da oferta ao mercado. Ferramentas para a diferenciação competitiva. O Marketing nas empresas de varejo. Estudos de Casos.

UNIDADES DE ENSINO

1 - Introdução ao marketing -

- 1.1 Definir marketing e os principais conceitos originários de outras áreas que são aplicados ao marketing
- 1.2 História e evolução do Marketing
- 1.3 Marketing voltado para valor
- 1.4 Estratégias de valor do princípio do cliente e da organização

2 - Escopo do Marketing

- 2.1 Discutir a função do marketing as decisões das variáveis incontroláveis
- 2.2 Segmentação de mercado e posicionamento de produto
- 2.3 Discutir a importância da segmentação de mercado para empresas varejistas
- 2.4 O Composto de Marketing – 4 P's

3. - Sistema de Informação de Marketing

- 3.1 Sistemas de registros internos
- 3.2 Visão geral da previsão e da mensuração da demanda
- 3.3 Sistema de apoio a decisão de marketing; Sistema de pesquisa de marketing; Sistemas de inteligência de marketing

4 - Ferramentas para diferenciação competitiva

- 4.1 Dimensões para diferenciação: produtos, serviços, pessoas, canal e imagem
- 4.2 Definição de diferenciação

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

COBRA, Marcos. **Administração de marketing no Brasil**. 3. ed. RJ: Elsevier, 2009.

CHURCHILL, Gilbert A. e PETER, Paul. **Marketing: Criando valor para os clientes**. SP: Saraiva, 2000.

KOTLER, Philip. **Marketing para o século XXI: Como criar, conquistar e dominar mercados**. 6. ed. SP: Editora Futura, 2000.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de Marketing: conceitos, planejamento e aplicação à realidade brasileira**. São Paulo: Atlas, 2010.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

GRONROOS, Chritian. **Marketing: gerenciamento e serviços**. 2. ed. RJ: Elsevier, 2003.

KOTLER, P.. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2001.



ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
CAMPUS DE SINOP
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO



_____ ; ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. 9. ed. SP: Prentice Hall, 2003.

_____. **Princípios de marketing**. 6. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Plano de Marketing para Micro e Pequenas empresas**. 2. ed. SP: Atlas, 2001.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Plano de Marketing para Micro e Pequenas empresas**. 2. ed. SP: Atlas, 2001.

DISCIPLINA	FASE	CARGA HORÁRIA
ECONOMIA E MERCADOS	1º	60
OBJETIVO		
Compreender aspectos conceituais e atuais da economia e dinâmica de mercados		
EMENTA		
Conceito de economia e o problema econômico. Papel dos diversos agentes que intervêm na atividade econômica. Sistemas econômicos. Funcionamento do mercado. Oferta, demanda e elasticidades. Tecnologia e custos de produção. Estruturas de mercado. Notas sobre o pensamento econômico.		
BIBLIOGRAFIA BÁSICA		
MANKIW, N.G. Introdução à Economia : princípios de micro e macroeconomia. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001. PINHO, Diva Benevides (Org.). Manual de Economia : reformulado. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2003. (Equipes de professores da USP) ROSSETTI, J. P. Introdução à economia . 20. ed. São Paulo: Atlas, 2003.		
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR		
SANDRONI, P. Dicionário de economia . São Paulo: Best Seller, 1989. SMITH, Adam. A Riqueza das Nações . SP: Abril Cultural, 1997. (Coleção Os Economistas) SOUZA, Nali de Jesus. Curso de Economia . São Paulo: Atlas, 2000. TROSTER, R. L. Introdução à Economia . São Paulo: Makron Books, 1999. VASCONCELLOS, Marco. A. SANDOVAL de. Economia: micro e macro . 4. ed. SP: Atlas, 2002. WESSELS, Walter. Economia: série essencial . 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.		



2ª FASE

DISCIPLINA	FASE	CARGA HORÁRIA
EMPREENDEDORISMO	2º	60
OBJETIVO		
Conhecer os fundamentos, processos e tendências do empreendedorismo e ampliar o entendimento acerca da gestão de negócios. Definições Gerais de Empreendedorismo, Empreendedorismo no Brasil, Processo Empreendedor, Tendências do Empreendedorismo.		
DESCRIÇÃO / EMENTA		
Conceito, características e desafios ao empreender. Viabilidade de novos negócios. Criação, gestão e sobrevivência de novos empreendimentos. O empreendedorismo como resposta ao novo conceito de empregabilidade. Desenvolvimento de atitudes, capacidades e habilidades empreendedoras. Inovação tecnológica como diferencial competitivo para a pequena e média empresa. Plano de Negócios: estrutura e elementos do plano.		
UNIDADES DE ENSINO		
1 - Entender o contexto do panorama do Empreendedorismo no Brasil e no Mundo 1.1 Conceito; Origem; Evolução do Empreendedorismo - Contexto nacional e mundial. 1.2 Perfil Empreendedor; Atitudes e Habilidades Empreendedoras. 1.3 Intraempreendedor x empreendedor; Organização Intraempreendedor. Desenvolvendo Perfil Empreendedor dentro da Organização. 1.4 O Processo Empreendedor; As diferentes maneiras de empreender. Empreendedorismo Social x Corporativo. Práticas de Empreendedorismo (Brasil x Mundo).		
2 – Analisar necessidades e tendências do empreendedorismo 2.1 Como gerar ideias. Como reconhecer oportunidades de negócios; Como avaliar oportunidades de negócios. 2.2 Definir o diferencial competitivo, o modelo negócios e a estratégia futura da empresa. Negócios de escala; Linha de produtos/serviços; Mercado e consumidor; Segmentação;		
3 – Compreender as premissas do empreendedorismo 3.1 Organização dos processos da empresa; Ferramentas de gestão; Questões Jurídicas. 3.2 Venda consultiva x venda transacional; Canais de distribuição; E-commerce; Representantes de vendas; Vendas; Multimarcas; Processo de vendas; Relacionamento com cliente; Visual merchandising; Ciclo de vendas; Funil de vendas; Construindo e gerenciando equipe de vendas. 3.3 - Conceito de Startup e Projetos Solidários; Desafios da inovação. Clima de Inovação. Cultura de inovação. Como a Inovação Tecnológica pode ajudar o empreendedor; Novas configurações de empresa. Inovar x Empreender x Sustentar Negócios.		
4 – Compreender e desenvolver um Plano de Negócios 4.1 Principais processos de negócio da empresa; Infraestrutura, Tecnologia; Equipamentos e lay-out . Estrutura organizacional; Apresentação da Equipe; Necessidades de RH. 4.2 Principais conceitos de marketing: Estratégias de marketing (4P's); Criação e Posicionamento da marca; Relacionamento com a mídia; Marketing de guerrilha. Investindo em marketing.		



4.3 Demonstrações contábeis (Balanço e DRE projetados) . Fluxo de Caixa projetado; Índices financeiros (VPL, TIR, ROE, etc.); outras formas de Valuation do negócio; Principais falhas do planejamento financeiro.

4.4 Formas de levantar capital. Fontes de captação de recursos; Angels e Venture Capitalists; Programas do Governo (FINEP, BNDES, etc.); Capital próprio, de familiares e amigos; Linhas de crédito bancário; Órgão de fomento; Capital de Risco; Investimento Anjo e Venture Capital; Processo de Investimento; Valuation; Fontes criativas de recursos. Crowdfunding.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de Empreendedorismo e Gestão:** Fundamentos, Estratégias e Dinâmicas. São Paulo: Atlas, 2010.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo:** Transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

SALIM, Cesar Simões. **Construindo plano de negócios.** 2. ed. RJ: Elsevier, 2003.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo.** Rio de Janeiro: Saraiva, 2004.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo:** dando asas ao espírito empreendedor. SP: Saraiva, 2005.

DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luísa.** 3. ed. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo:** transformando ideias em negócios. 2.ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DRUCKER, Pif. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship):** prática e princípios. SP: Pioneira, 1996.

MAXIMINIANO, Antônio Cesar Amaru. **Administração para empreendedores:** fundamentos da criação e da gestão de novos negócios. SP: Pearson Prentice Hall, 2006.

OLIVEIRA, Djalma Rebouças. **Estratégia empresarial:** uma abordagem empreendedora. SP: Atlas, 1995.

PELLMAN, Ron; PINCHOT, Gifford. **Intra-Empreendedorismo na prática:** um guia de inovação. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

PORTER, Michael E. **Estratégia competitiva:** técnicas para análise de indústrias e da concorrência. RJ: Campus, 1996.



DISCIPLINA	FASE	CARGA HORÁRIA
GESTÃO DE CUSTOS E FORMAÇÃO DE PREÇOS	2º	60
OBJETIVO		
Proporcionar alunos bases teóricas e práticas sobre gestão de custos para a adequada tomada de decisão na gestão da empresa.		
EMENTA		
Estudo e aprofundamento dos Sistemas de Custo. Custos, orçamentos e formação de preços. Elaboração e entendimento de demonstrativos financeiros. Métodos de Gestão de Custos e aspectos relacionados da Gerência Financeira.		
UNIDADES DE ENSINO		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Introdução <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Objetivos, usos e aplicações contábeis/gerenciais 1.2 Principais conceitos e definições da contabilidade de custos 1.3 Sistemas de acumulação e seus aspectos de custo 2. Classificação de custos e despesas <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Custos e despesas diretas 2.2 Custos e despesas indiretas 2.3 Custos e despesas variáveis 2.4 Custos e despesas fixas 3. Métodos de Custo <ol style="list-style-type: none"> 3.1 Método de custo por absorção funcional 3.2 Método de custo variável ou direto 3.3 Método de custo por atividades (ABC) 4. Tomada de decisão baseada em Custo Variável <ol style="list-style-type: none"> 4.1 Relação custo-volume-lucro 4.2 Análise do ponto de equilíbrio 4.3 Margem de segurança 4.4 Grau de alavancagem operacional 		
BIBLIOGRAFIA BÁSICA		
<p>BORNIA, A. C. Gestão Estratégica de Custos. Porto Alegre: Bookman, 2000.</p> <p>LEONE, G. S. G. Custos, planejamento, implantação e controle. 2. ed. SP: Atlas, 1996.</p> <p>MARION, J. C.; IUDÍCIBUS, S. Curso de contabilidade para não contadores. Livro texto. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.</p> <p>NAKAGAWA, M. Gestão estratégica de custos. São Paulo: Atlas, 1996.</p>		
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR		
<p>MARION, J. C.; IUDÍCIBUS, S. Contabilidade comercial. 8º ed. São Paulo: Atlas, 2009</p> <p>IUDÍCIBUS, S. (coord), et al. Contabilidade introdutória. Livro texto. Equipe de professores da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da USP. 10 ed. SP: Atlas, 2006.</p> <p>VICECONTI, P. E. V. Contabilidade de Custos: Um Enfoque Direto e Objetivo. 7 ed. São Paulo: Frase, 2003.</p> <p>PADOVEZE, C. L. Contabilidade Gerencial: Um enfoque em sistema de informação contábil. 3 ed. São Paulo, 2000</p> <p>PEREZ JUNIOR, J. H.; OLIVEIRA, L. M.; COSTA, R. G. Gestão Estratégica de Custos. 4.</p>		

GOVERNO DE
MATO GROSSO

ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
CAMPUS DE SINOP
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO



ed. São Paulo: Atlas, 2005.

WERNKE, R. **Gestão de Custos: Uma Abordagem Prática**. São Paulo: Atlas, 2001.

Fls. 52

UNEMAT SINOP

DISCIPLINA	FASE	CARGA HORÁRIA
ADMINISTRAÇÃO MERCADOLÓGICA II	2º	60
OBJETIVO		
Compreender o marketing como fonte de desenvolvimento e descoberta de oportunidades de mercado, visando o crescimento de organizações pró-ativos, inovadoras e que saibam tornar tangíveis as partes intangíveis de um produto. Identificar as principais decisões, políticas e estratégias do composto mercadológico e analisar as implicações específicas de cada elemento, através de um necessário e amplo controle mercadológico.		
EMENTA		
Composto promocional. Produto: estratégias de <i>mix</i> de produtos para empresas varejistas. Composto de produtos. Linhas de produtos, marcas e embalagens. Canais de marketing. Estratégias de preço. Estratégias promocionais. Marketing de serviços. Varejo e Atacado no contexto organizacional e de marketing. Estratégias Promocionais no ponto de vendas: <i>trade Market. Merchandising</i> .		
UNIDADES DE ENSINO		
<p>1 - Componentes de produtos</p> <p>1.1 Classificação de produtos</p> <p>1.2 Mix e portfólio de produtos para empresas varejistas</p> <p>1.3 Administração de Linhas de produtos e estratégias de posicionamento - 10 horas</p> <p>1.4 Estratégias de linhas de produtos</p> <p>1.5 - Estratégias de posicionamento e diferenciação</p> <p>1.6 Marca</p> <p>1.7 Embalagens</p> <p>2. Estratégias de ciclo de vida</p> <p>2.1 - Estágios do ciclo de vida</p> <p>2.2 - Estratégias de componentes de mercado nas diversas fases do ciclo de vida</p> <p>2.3 – Matrix BCG</p> <p>3 – Estratégias de Preços em Marketing</p> <p>3.1– Preços para Marketing</p> <p>3.2 – Estratégias</p> <p>4 – Estratégias Promocionais</p> <p>4.1– Composto promocional</p> <p>4.2 Propaganda</p> <p>4.3 – Publicidade</p> <p>4.4 Promoções de vendas</p> <p>4.5 Relações públicas</p> <p>5. Estratégias promocionais no ponto de venda</p> <p>5.1 <i>Merchandising</i></p> <p>6- Canais de marketing</p>		



GOVERNO DE
MATO GROSSO

ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
CAMPUS DE SINOP
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO



- 6.1 - Tipos e funções dos canais de distribuição
- 6.2 Liderança e conflitos de canal
- 6.3 Estratégias de canal
- 6.4 Sistemas de marketing vertical
- 6.5 Pontos de venda
- 7 Tópicos de varejo e serviços
 - 7.1 - Características e diferenciações - o que muda em relação ao marketing "tradicional"
 - 7.2 Varejo: Tipologias, layout e decisões.
 - 7.3 Atacado: Tipos de atacado: Decisões de marketing no atacado e tendências.
- 8 - Serviços
 - 8.1- A natureza dos serviços.
 - 8.2 - Estratégias de marketing para empresas prestadoras de serviço.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- COBRA, Marcos. **Administração de marketing no Brasil**. 3. ed. RJ: Elsevier, 2009.
- CHURCHILL, Gilbert A. e PETER, Paul. **Marketing: Criando valor para os clientes**. SP: Saraiva, 2000.
- KOTLER, Philip. **Marketing para o século XXI: Como criar, conquistar e dominar mercados**. 6. ed. SP: Editora Futura, 2000.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de Marketing: conceitos, planejamento e aplicação à realidade brasileira**. São Paulo: Atlas, 2010.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- GRONROOS, Chritian. **Marketing: gerenciamento e serviços**. 2. ed. RJ: Elsevier, 2003.
- KOTLER, P.. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2001.
- _____ ; ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. 9. ed. SP: Prentice Hall, 2003.
- _____. **Princípios de marketing**. 6. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Plano de Marketing para Micro e Pequenas empresas**. 2. ed. SP: Atlas, 2001.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Plano de Marketing para Micro e Pequenas empresas**. 2. ed. SP: Atlas, 2001.

DISCIPLINA	FASE	CARGA HORÁRIA
DIREITO COMERCIAL E TRIBUTÁRIO	2º	60
OBJETIVO		
Possibilitar conhecimentos ao aluno pertinentes ao Direito Comercial e Tributário nas organizações e nas atividades da empresa ou de entes públicos.		
EMENTA		



Conceito, divisão e evolução histórica do direito comercial. O direito comercial no Brasil e sua autonomia. A matéria do comércio. Fontes do direito comercial. O comerciante. Sociedade por quotas de responsabilidade limitada. Sociedade anônima – lei nº 6.404/76. Cambiais. Cheque. Duplicata mercantil. Impontualidade. Atos reveladores de insolvência. Sujeito ativo e passivo. O Estado, Direito Tributário e tributos. O Sistema Tributário Nacional e sua aplicação nas empresas. Os limites do poder de tributar. A legislação tributária. Crédito Tributário. Responsabilidade Tributária. Administração Tributária. Administração Tributária. Planejamento Tributário

UNIDADES DE ENSINO

1. Noções históricas do Direito Comercial
 - 1.1 Introdução: Do Direito Comercial ao Direito de Empresa
 - 1.2 Normas jurídicas relativas à matéria comercial
 - 1.3 Introdução ao Direito de Empresa
 - 1.4 Transição da teoria dos atos de comércio para a teoria da empresa
2. Tipos de empresários: empresários, pessoa física e pessoa jurídica.
 - 2.1 Elementos da atividade empresária;
 - 2.2 Atividade para produção ou circulação de bens ou de serviços;
3. Atividade organizada: conjugação de fatores de produção (organização);
 - 3.1 Bens e serviços destinados ao mercado;
 - 3.2 Atividade profissional (habitualidade);
 - 3.3 O trabalhador autônomo e o pequeno empresário;
 - 3.4 Direito de empresa é o direito da atividade econômica organizada
4. Sociedades
 - 4.1 Tipos de Sociedade
5. Administração da Sociedade
 - 5.1 Normas gerais;
 - 5.2 Normas relativas às sociedades limitadas;
 - 5.3 Responsabilidade perante os sócios e terceiros;
6. Contrato Social
 - 6.1 Cláusulas básicas;
 - 6.2 Alterações contratuais;
 - 6.3 Direitos e deveres dos sócios;
 - 6.4 Relações com terceiros
7. Estabelecimento Empresarial
8. Direito Tributário
 - 8.1 Conceitos iniciais
 - 8.2 Tributo: Conceito, Elementos, Espécies, Tributos não Vinculados – Impostos, Tributos Vinculados - Taxa e Contribuição de Melhoria, Empréstimo Compulsório;
 - 8.3 Tributos diretos e indiretos;
9. Limitações ao Poder de Tributar
 - 9.1 Princípios constitucionais tributários: Legalidade, Isonomia tributária, Irretroatividade tributária, Anterioridade
10. Obrigação Tributária
 - 10.1 Conceito de obrigação
 - 10.2 Espécies - obrigação principal e acessória;
 - 10.3 Sujeito ativo e sujeito passivo
11. Crédito Tributário
 - 11.1 Conceito; Constituição do crédito tributário;
 - 11.2 Lançamento tributário;
 - 11.3 Modalidades de lançamento
 - 11.4 Extinção do crédito tributário
12. Impostos
 - 12.1 Conceito;

GOVERNO DE
MATO GROSSO

ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
CAMPUS DE SINOP
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO



- 12.2 Classificação dos impostos no sistema tributário brasileiro
12.3 Impostos Federais: Imposto de importação (II); competência, função e fato gerador; Imposto de exportação (IE); competência, função e fato gerador; Imposto sobre produtos industrializados (IPI); competência, função e fato gerador
12.4 Impostos Estaduais: Imposto sobre circulação de mercadorias e prestações de serviços (ICMS); competência, função e fato gerador; Imposto sobre a propriedade de veículos automotores (IPVA); competência, função e fato gerador
12.5 Impostos Municipais: Imposto sobre a propriedade predial e territorial urbana (IPTU); competência, função e fato gerador

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- COELHO, S. C. Navarro. **Curso de Direito Tributário Brasileiro**. RJ: Ed. Forense, 2002.
CORRÉA, A. **Crimes contra a Ordem Tributária**. RJ: Editora Saraiva, 1996.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- HIRADA, Kiyoshi. **Direito Financeiro e Tributário**. SP: Editora Atlas Jurídico, 2002.
MARTINS, Ives Gandra da Silva. **Curso de Direito Tributário**. 8. ed. SP: Saraiva, 2001.
PIRES, Adilson Rodrigues. **Manual de Direito Tributário**. RJ: Editora Forense, 2002.
ROSA, Márcio Fernando Elias. **Direito Administrativo**. Vol. 19. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2004. (Coleção Sinopses Jurídicas).

DISCIPLINA	FASE	CARGA HORÁRIA
ADMINISTRAÇÃO DE CONFLITOS E TÉCNICAS DE NEGOCIAÇÃO	2º	60

OBJETIVO

Proporcionar ferramentas, técnicas e habilidades de administração de conflitos e de negociação, conduzindo impasses e convergências de interesses a bom termo, respeitando as diferenças.

EMENTA

Tipos de Conflitos (Conflitos interindividuais, Conflitos intergrupais, Conflitos interdepartamentais; Conflitos interorganizacionais, Conflitos capital-trabalho); Técnicas de administração de conflitos; Conceitos de Negociação e sua evolução. Negociação como instrumento de gestão e liderança de equipes. Características de um bom negociador. Processo de negociação. Ambientes de negociação e os principais tipos e abordagens. Processo da negociação ganha-ganha. Processo, planejamento e preparação de negociações.

UNIDADES DE ENSINO

1. Conflitos:
 - 1.1 Conceitos e abordagens sobre o processo de conflito;
 - 1.2 Tipos de Conflito
 - 1.3 Técnicas de Administração de Conflitos
2. Introdução à negociação:
 - 2.1 A comunicação no processo de negociação
 - 2.2 Negociação: alguns conceitos básicos;
 - 2.3 As posturas de negociação: Os desfechos de uma negociação; As formas de condução da negociação; Relação entre a forma de negociar e os desfechos da negociação; Diferentes



visões de negociação

3. O Modelo Integrado de Negociação;
4. Realidade pessoal dos negociadores; Os cenários e o conhecimento do negócio/assunto;
5. Relacionamento interpessoal;
6. O processo de negociação;
7. Estratégias e táticas de informação, tempo e poder;
8. Negociação e o processo decisório;
9. Aspectos comportamentais do processo de tomada de decisão e solução de problemas;
10. A equipe de negociação e sua organização;
11. Teste: habilidade como negociador; Práticas e situações reais de conflito e negociação

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ALBUQUERQUE, Lindolfo G. **Competitividade e recursos Humanos**. Revista da USP, vol. 27 (4), p.16-29, out/dez 1992.

FLANNERY, Thomas P; HOFRICHTER, David; PLATTEN, Paul E. **Pessoas, desempenho e salários: as mudanças na forma de remuneração nas empresas**. São Paulo: Futura, 1997.

MINICUCCI, Agostinho. **Relações humanas: psicologia das relações interpessoais**. 6. ed. SP: Atlas, 2001

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

KANAANE, Roberto. **Comportamento humano nas organizações: o homem rumo ao século XXI**. 2. ed. SP: Atlas, 1999.

LIMONGI FRANÇA, Ana Cristina; RODRIGUES, Avelino Luiz. **Stress e trabalho: uma abordagem psicosomática**. 3. ed. SP: Atlas, 2002.

MINICUCCI, Agostinho. **Relações humanas: psicologia das relações interpessoais**. 6. ed. SP: Atlas, 2001

DISCIPLINA	FASE	CARGA HORÁRIA
ESTÁGIO I	2º	60

OBJETIVO

Permitir ao aluno a vivência de situações cotidianas e prática da gestão comercial.

EMENTA

Leis, resoluções e regulamentos de estágio. Organização e procedimentos de estágio no curso de Tecnologia em Gestão Comercial. Diagnóstico em empresa objeto do estágio. Construção de projeto de estágio. Seminários.

UNIDADES DE ENSINO

1. Leis, resoluções e regulamento de estágio
2. Procedimentos do estágio
3. Ferramentas para Diagnóstico
4. Análise administrativa
5. Análise SWOT, Brainstorming
6. Ferramentas de Análise: Diagrama de Ishikawa, Diagrama de Pareto, Questionários.
7. Estrutura do relatório do estágio I



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- SILVA, Reinaldo Oliveira da. **Teorias da Administração**. São Paulo: Pioneira, 2001.
- LIMA, M. C; OLIVO, S. **Estágio Supervisionado e Trabalho de Conclusão de Curso**. São Paulo: Cengage Learning, 2010.
- ROESCH, S. M. A. **Projetos de Estágio e de Pesquisa em Administração: Guia para Estágios, Trabalhos de Conclusão, Dissertações e Estudos de Caso**. 3. ed., SP: Atlas, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- CASAROTTO FILHO, Nelson. **Elaboração de Projetos Empresariais: Análise Estratégica, Estudo de Viabilidade e Plano de Negócio**. São Paulo: Atlas, 2009.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- MARTINS, G. de A. **Guia para elaboração de monografias e trabalhos de conclusão de cursos**. São Paulo: Atlas, 2000.
- LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Técnicas de pesquisa: Planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2005.



3ª FASE

DISCIPLINA	FASE	CARGA HORÁRIA
ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA	3º	60
OBJETIVO		
Proporcionar ao acadêmico o conhecimento necessário da Administração Financeira, sua importância no crescimento e desenvolvimento da empresa bem como sua ligação com as demais áreas.		
EMENTA		
Significado e objetivo da administração financeira. Ambiente operacional da empresa. Ferramentas de análise do desempenho econômico, financeiro e operacional. Administração de caixa. Dimensionamento do capital de giro. Tópicos especiais sobre derivativos e administração de riscos.		
UNIDADES DE ENSINO		
<ol style="list-style-type: none">1. Administração financeira<ol style="list-style-type: none">1.1. Finanças como área de estudo1.2. Conceitos e Papel da Administração Financeira1.3. Definição e objetivo do Administrador Financeiro1.4. Funções Financeiras Empresariais2. Administração financeira de curto prazo<ol style="list-style-type: none">2.1. Estratégias e decisões financeiras2.2. Administração do Ativo e do Passivo Circulante2.3. Administração do Capital de giro2.4. Estratégias de Investimento em Capital de Giro2.5. Ciclos financeiros2.6. Diagrama dos fluxos financeiros2.7. Índices Financeiros2.8. Rentabilidade x liquidez3. Planejamento e controle de caixa<ol style="list-style-type: none">3.1. Fluxo de Caixa3.2. Demonstração de Resultado Projetado de Caixa4. O processo de planejamento financeiro<ol style="list-style-type: none">4.1. Planos Financeiros de Longo Prazo, Médio e Curto Prazo4.2. Decisões de financiamentos4.3. Decisões de Investimentos5. Projeções Financeiras<ol style="list-style-type: none">5.1. Projeção do Demonstrativo de Resultados5.2. Projeção do Balanço Patrimonial		
BIBLIOGRAFIA BÁSICA		
ASSAF NETO, Alexandre. Finanças Corporativas e Valor . 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.		
HOJI, Masakazu. Administração financeira e orçamentária : matemática financeira aplicada, estratégias financeiras e orçamento empresarial. 9. ed. SP: Atlas, 2010.		
GITMAN, Lawrence J. Princípios de administração financeira . 12. ed. RJ: Harbra, 2002.		
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR		



- ASSAF NETO, Alexandre; SILVA, César Augusto Tibúrcio. **Administração de Capital de Giro**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- GROPELLI, A. A. NIKBAKHT, E. **Administração financeira**. Tradução André Olímpio Mosselman Castro. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2001.
- HOJI, M. **Administração financeira: uma abordagem prática**. São Paulo. Atlas: 2001.
- KASSAI, J. R. et all. **Retorno de investimento: abordagem matemática e contábil do lucro empresarial**. 2. ed. São Paulo. Atlas: 2000.
- ROSS, S. A. WESTERFIELD, R. W. BRADFORD, D. J. **Princípios de administração financeira**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- SANTOS, Edno Oliveira dos. **Administração financeira da pequena e média empresa**. São Paulo: Atlas, 2001.
- WESTON, J. Fred; BRIGHAM, Eugene F. **Fundamentos da administração financeira**. São Paulo: Pearson Makron Books, 2000.

DISCIPLINA	FASE	CARGA HORÁRIA
GESTÃO DE PESSOAS	3º	60
OBJETIVO		
Capacitar o aluno para relacionar, organizar, relacionar e analisar dados e informações pertinentes a administração de Recursos Humanos para tomar decisões e negociar no exercício de suas atividades empresariais.		
EMENTA		
Gestão de Pessoas. Tendências. Planejamento Estratégico da Administração de RH; Desenvolvimento de sistemas de trabalho; Qualidade de vida no trabalho. Desenvolver pessoas: treinamento e desenvolvimento de pessoas		
UNIDADES DE ENSINO		
1. Gestão de Pessoas 1.1-Conceitos e Objetivos de Gestão com Pessoas; 1.2-Tendências da ARH; 1.3-Os Processos e Políticas da ARH; 1.4-Cultura, Clima e Socialização Organizacional. 1.5-Estrutura da Organização; 1.6-Funções de Linha e Staff; 1.7-Mudanças e Transformações no âmbito de Gestão de Pessoas –Era Industrial e Informação; 1.8-Prós e Contras da Centralização X Descentralização; 1.9-Banco de Talentos e Patrimônio Intelectual.		
2 Planejamento Estratégico da Administração de RH 2.1.Administração Estratégica de Recursos Humanos; 2.2. Planejamento Estratégico de Gestão com Pessoas; 2.3.Modelos de Planejamento e Fatores de influência no Planejamento Objetivos; 2.4 Qualidade de Vida no Trabalho		
3 Recrutamento e seleção		



- 3.1. Conceito;
- 3.2. Objetivos;
- 3.3. Métodos, técnicas, resultados e avaliação do recrutamento e seleção;
- 3.4. Avaliação de Produtividade e Resultados;
- 3.5. Recompensando Pessoas, Conceito e Componentes de Remuneração, Programa de Incentivos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- ARAUJO, Luis César G. de; GARCIA, Adriana Amadeu. Gestão de Pessoas: estratégias e integração organizacional. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos Humanos**. 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- GIL, Antonio Carlos. **Gestão de Pessoas**: enfoque nos papéis profissionais. São Paulo: Atlas, 2010.
- RIBEIRO, Antonio de Lima. **Gestão de pessoas**. SP: Saraiva, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- ALBUQUERQUE, Lindolfo G. **Competitividade e recursos Humanos**. Revista da USP, vol. 27 (4), p.16-29, out/dez 1992.
- CAMPOS, Vicente Falconi. **O valor de recursos humanos na era do conhecimento**. 7^a Ed. Editora de Desenvolvimento Gerencial: Belo Horizonte, 1995.
- DUTRA, Joel Souza. **Administração de carreiras**: uma proposta para repensar a gestão de pessoas. São Paulo: Atlas, 1996.
- FLANNERY, Thomas P; HOFRICHTER, David; PLATTEN, Paul E. **Pessoas, desempenho e salários**: as mudanças na forma de remuneração nas empresas. São Paulo: Futura, 1997.
- FRANÇA, Ana Cristina Limongi. **Práticas de Recursos Humanos – PRH**: conceitos, ferramentas e procedimentos. São Paulo: Atlas, 2010
- KANAANE, Roberto. **Comportamento humano nas organizações**: o homem rumo ao século XXI. 2. ed. SP: Atlas, 1999.
- LIMONGI FRANÇA, Ana Cristina; RODRIGUES, Avelino Luiz. **Stress e trabalho**: uma abordagem psicosomática. 3. ed. SP: Atlas, 2002.
- MINICUCCI, Agostinho. **Relações humanas**: psicologia das relações interpessoais. 6. ed. SP: Atlas, 2001

DISCIPLINA	FASE	CARGA HORÁRIA
ADMINISTRAÇÃO DE VENDAS	3º	60
OBJETIVO		
Proporcionar conhecimentos ao educando ao segmento de administração de vendas, através de um planejamento, organização, direção e controle de vendas.		
EMENTA		
Administração de Vendas. Fundamentos de administração de vendas. Relação de marketing e vendas. Visão contemporânea de vendas e do vendedor. Papel estratégico de vendas. Planejamento Estratégico de Vendas. Vendas Pessoal. A força de vendas		

UNIDADES DE ENSINO

1. Fundamentos da administração de vendas, relação de marketing e vendas
2. Visão contemporânea de vendas e do vendedor
3. Papel estratégico de vendas
4. Processo de venda: relacionamento baseado em valor para o cliente, conhecimento do produto estratégica e função de vendas
5. Administração da força de vendas: tipo de trabalho e equipe de vendas
 - 5.1 Contratação da equipe, remuneração da força de vendas
6. Técnicas de vendas
 - 6.1 Controle, análise e avaliação de resultados
 - 6.2 Dinâmicas
7. Futuro da venda: era digital, e-commerce,
8. Vendas e marketing de relacionamento
9. Planejamento Estratégico de Vendas

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- COBRA, Marcos. **Administração de vendas: casos, exercícios e estratégias.** São Paulo: Atlas, 1994.
- LAS CASAS, Alexandre. **Administração de vendas.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998.
- PENTEADO FILHO, José R. **Previsão de vendas.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 1988.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- SILVA, Joaquim. **Gerência de vendas.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 1990.
- SIQUEIRA, Antônio. **Vendas industriais.** São Paulo: Atlas, 1995.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Plano de Marketing para Micro e Pequenas empresas.** 2. ed. SP: Atlas, 2001.

DISCIPLINA	FASE	CARGA HORÁRIA
PESQUISA DE MERCADO E COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	3º	60

OBJETIVO

Instrumentalizar o aluno nas técnicas de pesquisa de mercado e na análise do comportamento do consumidor.

EMENTA

Pesquisa em Administração Mercadológica. 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 de dados. Apresentação dos Resultados.

Apresentação dos principais tipos do comportamento do consumidor e do comprador organizacional. Análise das Principais Abordagens Teóricas e Modelos do Comportamento do Consumidor e do Comprador Organizacional, Apresentação dos Aspectos Culturais, Econômicos, Sociais, Éticos e Legais.

UNIDADES DE ENSINO

I - Pesquisa de Mercado

1. Definição do que é pesquisa social e a especificidade da pesquisa de mercado.
2. Caracterização dos diversos tipos de pesquisa.



3. Usos da pesquisa de opinião e da pesquisa de Marketing.
4. Métodos de pesquisa: Abordagens qualitativas e quantitativas.
5. A atividade de pesquisa e o processo de planejamento: Instrumentais, coleta de dados, métodos estatísticos em pesquisas mercadológicas e de comunicação.

II - Comportamento do Consumidor

6. As diferenças entre o mercado organizacional e o de varejo
7. Situações de compra
8. Tipologia do cliente e Papéis do cliente
9. Fatores que influenciam o comportamento do consumidor
10. Processo de compra no mercado organizacional
11. Modelos do comportamento do consumidor

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

LOVELOCK, Christopher; WRIGHT, Lauren. **Serviços, marketing e gestão**. São Paulo: Saraiva, 2009.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de Marketing**: uma orientação aplicada. 4. ed. Porto Alegre, Bookman, 2008.

SAMARA, Beatriz Santos; BARROS, Jose Carlos de. **Pesquisa de Marketing**: conceitos e metodologia. 3.ed. São Paulo: Prentice-Hall, 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

GRONROOS, Chritian. **Marketing**: gerenciamento e serviços. 2. ed. RJ: Elsevier, 2003.

KOTLER, P.. **Administração de marketing**: análise, planejamento, implementação e controle. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

_____ ; ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. 9. ed. SP: Prentice Hall, 2003.

_____. **Princípios de marketing**. 6. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Plano de Marketing para Micro e Pequenas empresas**. 2. ed. SP: Atlas, 2001.

GOVERNO DE
MATO GROSSO

ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
CAMPUS DE SINOP
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO



DISCIPLINA	FASE	CARGA HORÁRIA
ADMINISTRAÇÃO DE MATERIAIS E LOGÍSTICA	3º	60
OBJETIVO		
Capacitar alunos ao planejamento, operação e avaliação de sistemas administração de materiais e de distribuição logística.		
EMENTA		
Logística Integrada. Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos. Valor e custos da logística. Logística e Sistemas de Informação. Administração de materiais e patrimônio: conceitos e evolução. Os Recursos. Tendências da Administração de Materiais. Gestão de Estoques.		
UNIDADES DE ENSINO		
<ol style="list-style-type: none">1. Logística<ol style="list-style-type: none">1.1 Conceito e importância1.2 Competência da Logística1.3 Missão da Logística1.4 Integração das operações2. Relacionamentos na Cadeia de Suprimentos<ol style="list-style-type: none">2.1 Estrutura de canais2.2 Aspectos econômicos da distribuição2.3 Alianças Logísticas3. Estrutura e Estratégias de Distribuição<ol style="list-style-type: none">3.1 – Concepção e Gestão da Cadeia de Suprimentos3.2 - Planejamento da distribuição3.3 – Modelos de distribuição4. Administração de materiais<ol style="list-style-type: none">4.1 Suprimento de estoque4.2 Função dos estoques4.3 Níveis de estoques4.4 Classificação “ABC”4.5 Análise de Valor5. Aquisição De Bens E Materiais<ol style="list-style-type: none">5.1 Finalidades5.2 Atribuições5.3 Cadastro de fornecedores5.4 Transporte (Tipos/ Condições)6 Armazenamento Transporte, Manuseio e Distribuição<ol style="list-style-type: none">6.1 Finalidade;6.2 Atribuições;6.3 Recebimento de Material (Acréscimo);6.4 Estocagem de Material;6.5 Importância da Classificação (codificação);6.6 Expedição de Material (Decréscimo)6.7 Inventário.7 Administração Patrimonial<ol style="list-style-type: none">7.1 Conceito de administração de recursos patrimoniais: Gestão das instalações; Gestão das máquinas; Gestão dos equipamentos; Gestão dos veículos		



BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- BALLOU, R. H. **Logística Empresarial**. Editora Atlas. São Paulo: 1993.
BERTAGLIA, P. R. **Logística e o Gerenciamento da Cadeia de Abastecimento**. Editora Saraiva. São Paulo: 2005.
CHING, H. Y. **Gestão de Estoques na Cadeia de Logística Integrada**. Editora Atlas. São Paulo: 2001

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- FARIA, A. C.; COSTA, M. F. G. **Gestão de Custos Logísticos**. Editora Atlas. São Paulo: 2005.
MARTINS, Petrônio; Garcia; ALT CAMPOS, Paulo Renato. **Administração de Materiais e Recursos Patrimoniais**. São Paulo: Saraiva, 2006.
MESSIAS, S. B. et al., **Manual da Administração de Materiais**, Editora Atlas, São Paulo: 1996.
POZZO, H. **Administração de Recursos Materiais e Patrimoniais**. Editora Atlas. São Paulo: 2004.
VIANA, J. J. **Administração de Materiais: um enfoque Prático**. Editora Atlas. São Paulo: 2002.

DISCIPLINA	FASE	CARGA HORÁRIA
ESTÁGIO II	3º	60

OBJETIVO

Permitir ao aluno a vivência de situações cotidianas e prática da gestão comercial.

EMENTA

Leis, resoluções e regulamentos de estágio. Organização e procedimentos de estágio no curso de Tecnologia em Gestão Comercial. Construção de projeto de estágio. Proposta de Plano de Ação. Relatório integrado.

UNIDADES DE ENSINO

1. Leis, resoluções e regulamento de estágio
2. Procedimentos do estágio
3. Ferramentas de Planos de Ação
4. Proposta de Intervenção
5. Elaboração de Plano de Ação

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

SILVA, Reinaldo Oliveira da. **Teorias da Administração**. São Paulo: Pioneira, 2001.

LIMA, M. C; OLIVO, S. **Estágio Supervisionado e Trabalho de Conclusão de Curso**. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

ROESCH, S. M. A. **Projetos de Estágio e de Pesquisa em Administração: Guia para Estágios, Trabalhos de Conclusão, Dissertações e Estudos de Caso**. 3. ed., SP: Atlas, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CASAROTTO FILHO, Nelson. **Elaboração de Projetos Empresariais: Análise Estratégica**, Estudo



ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
CAMPUS DE SINOP
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO



de Viabilidade e Plano de Negócio. São Paulo: Atlas, 2009.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MARTINS, G. de A. **Guia para elaboração de monografias e trabalhos de conclusão de cursos.** São Paulo: Atlas, 2000.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Técnicas de pesquisa:** Planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

GOVERNO DE
MATO GROSSO

ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
CAMPUS DE SINOP
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO



4ª FASE

DISCIPLINA	FASE	CARGA HORÁRIA
LIDERANÇA E GESTÃO DE EQUIPES	4º	60
OBJETIVO		
Identificar, sobre a ótica contemporânea do trabalho e gerar reflexões sobre os papéis e as competências necessárias ao pleno desempenho da liderança.		
EMENTA		
Teorias da Liderança; Estilos de liderança; Liderança, Poder e Influência nas Organizações; Liderança e Confiança; Características dos grupos de trabalho eficazes; Equipes de alta performance; Motivação.		
UNIDADES DE ENSINO		
<ol style="list-style-type: none">1. Estilos de liderança:<ol style="list-style-type: none">1.1 Direção: como atingir resultados através de pessoas1.2 Classificação das teorias sobre liderança1.3 Teoria dos traços da personalidade1.4 Estilos de liderança1.5 Teoria da abordagem contingencial (Manageiral Grid)2. Liderança situacional<ol style="list-style-type: none">2.1 Jogos de decisão2.2 Forças ou energia de liderança2.3 Teoria do ciclo vital 30 de Paul Hersey e Blaychard2.4 Modelo tridimensional da Eficiência do líder3. Características dos grupos<ol style="list-style-type: none">3.1 Formação de equipes3.2 Equipes de alta performance4. Motivação e necessidades humanas:<ol style="list-style-type: none">4.1 Motivação e comprometimento4.2 Ciclo desmotivacional padrão4.3 Motivação organizacional4.4 Necessidades de Maslow4.5 Teoria dos dois fatores de Herzberg4.6 Abordagem contingencial de Victor VROOM4.7 Teoria X e Yoc D. MCGreg4.8 Fatores que podem criar clima saudável e surto motivacional4.9 Métodos para encorajar, motivação e comprometimento		
BIBLIOGRAFIA BÁSICA		
HERSEY, P; BLANCHARD, KH. Psicologia para administradores: a teoria e as técnicas da liderança situacional. São Paulo: EPU, 1986.		
CHANLAT, Jean-François (Coord.). O indivíduo na organização: dimensões esquecidas. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 1996. V. 3.		
BERGAMINI, C.W. Motivação. São Paulo: Ática, 1995.		
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR		
BOOK, Ana M Bahia. Fortunato, Odair, Teixeira, Maria de Lordes T. Psicologias: Uma introdução ao estudo da psicologia. 13. Ed. São Paulo: Ed. Saraiva, 2006.		



ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
CAMPUS DE SINOP
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO



BOWDITCH, J.L. Buono, Filho. **Elementos do comportamento humano.** SP: Pioneira, 1992.
CHIAVENATO, Idalberto. **Gerenciando pessoas:** O passo decisivo para a administração participativa. São Paulo: Makron Books, 1992.
MINICUCCI, A. **A Dinâmica do Grupo:** Teorias e Sistemas. São Paulo: Atlas, 1993.
MOSCOVICI, Felá. **Equipes dão Certo:** a multiplicação do talento humano. Rio de Janeiro: José Olímpio, 1996.

DISCIPLINA	FASE	CARGA HORÁRIA
COMÉRCIO ELETRÔNICO E MÍDIAS DIGITAIS	4º	60
OBJETIVO		
Entender o contexto amplo do mercado varejista atual no âmbito do Comércio eletrônico e das influentes mídias digitais		
EMENTA		
Conhecer as principais formas de comércio eletrônico (B2B, B2C, C2B, C2C) e identificar os requisitos específicos para implementação de sistemas de comércio eletrônico. Técnicas de marketing digital e uso das mídias digitais		
UNIDADES DE ENSINO		
<ul style="list-style-type: none">1 - Fundamentos de comércio eletrônico<ul style="list-style-type: none">1.1 Visão geral do comércio eletrônico1.2 Histórico do comércio eletrônico1.3 Tipos de comércio eletrônico1.4 Benefícios do comércio eletrônico2 – O consumidor on-line<ul style="list-style-type: none">2.1 Perfil do cliente on-line2.2 Relacionamento com o cliente2.3 Rastreamento e análise de dados3 – Modelos de negócios4 – Logística, estoque e transações monetárias<ul style="list-style-type: none">4.1 Logística e atendimento de pedidos4.2 Estoque de produtos4.3 Transações monetárias on-line5 – Marketing e internet<ul style="list-style-type: none">5.1 Estratégias de vendas5.2 Propaganda na web		
BIBLIOGRAFIA BÁSICA		
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR		
E-book: CHAMUSCA, Marcello; CARVALHAL, Márcia (org.) Comunicação e Marketing Digitais. Conceitos, práticas, métricas e inovações. Edições VNI. http://www.rpbahia.com.br/biblioteca/e-books/cmktdigitais2011.pdf		



DISCIPLINA	FASE	CARGA HORÁRIA
ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	4º	60
OBJETIVO		
Propiciar conhecimentos essenciais a gestão de negócios empresariais, elaboração de planejamentos estratégicos nas empresas e viabilizar meios à prática de gestão empresarial ao discente.		
EMENTA		
Gestão estratégica organizacional. Ambiente organizacional. Administração estratégica. Análise do ambiente. Formulação e implementação de estratégias. Vantagem Competitiva. Controle estratégico. Planejamento Estratégico		
UNIDADES DE ENSINO		
<ol style="list-style-type: none">1. Estratégia<ol style="list-style-type: none">1.1 Conceitos1.2 História2. As Escolas de Estratégia3. Os 5'P de Estratégia4. Estratégias competitivas<ol style="list-style-type: none">4.1 Conceitos e modelos4.2 Níveis de estratégia5. Planejamento Estratégico<ol style="list-style-type: none">5.1 princípios, conceitos, objetivos, importância5.2 Partes do Planejamento e tipos do planejamento5.3 Missão, visão, valores, princípios5.4 Metodologia de Elaboração e implantação do PE6. Diagnóstico Estratégico7. Ferramentas para estratégica<ol style="list-style-type: none">7.1 Análise SWOT7.2 Balanced ScoreCard7.3 Canvas		
BIBLIOGRAFIA BÁSICA		
CERTO, Samuel C. Administração estratégica: planejamento e implantação da estratégia. 2. ed. SP: Pearson Education do Brasil, 2005.		
MAXIMINIANO, Antonio César Amaru. Introdução á Administração. São Paulo Atlas, 2003.		
OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Planejamento estratégico: conceitos, metodologias, práticas. 25. ed. SP: Atlas, 2008.		
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR		
ANSOFF, H.I. Administração Estratégica. São Paulo Atlas 2000.		
ALMEIDA. Martinho Isnard Ribeiro. Manual de Planejamento Estratégico. SP: Atlas, 2001.		
MAXIMINIANO, Antonio César Amaru. Introdução á Administração. São Paulo Atlas, 2003		
OLIVEIRA, Djalma de pinho Rebouças. Planejamento Estratégico: conceitos, metodologia, prática. 22. Ed. São Paulo Atlas, 2006.		



REZENDE, Denis Alcides. **Planejamento de Sistema de Informação e Informática**: guia prático para planejar a tecnologia da informação integrada ao planejamento estratégico das organizações. 3. ed. SP: Atlas, 2008.

SILVA. Reinaldo. **Teorias da Administração**. São Paulo Pioneira Thomson, 2002.

DISCIPLINA	FASE	CARGA HORÁRIA
ANÁLISE DE VIABILIDADE ECONÔMICA E FINANCEIRA	4º	60
OBJETIVO		
Instrumentalizar o aluno para análises de viabilidade de projetos econômicos e financeiros		
EMENTA		
Apresentação das técnicas para a elaboração e análise de projetos e empreendimentos econômicos. Avaliação da viabilidade, da competitividade e da rentabilidade de projetos. Avaliação de projetos. Aspectos técnicos e econômicos do estudo de mercado. Localização. Avaliação técnicas, financeira, econômica e social de projetos. Métodos de seleção de alternativas de investimento.		
UNIDADES DE ENSINO		
<ol style="list-style-type: none">1. Análise de projetos de investimento<ol style="list-style-type: none">1.1 Conceitos de planejamento financeiro e projetos de investimento2. Roteiro e modelos de projetos de investimento3. Projeção e estimativa do fluxo de caixa<ol style="list-style-type: none">3.1 Projeção dos investimentos necessários ao projeto.3.2 Estimativa da relação entre financiamento e capital próprio.3.3 Projeção das receitas operacionais e financeiras.3.4 Projeção dos custos operacionais, tributários e financeiros.3.5 Conceito de vida útil de um projeto.4. Métodos de avaliação de alternativas econômicas<ol style="list-style-type: none">4.1 Taxa Interna de Retorno (TIR).4.2 Valor Presente Líquido (VPL).4.3 Tempo de Retorno (PayBack).4.4 Retorno sobre o Investimento (ROI).4.5 Lucratividade; Rentabilidade5. Financiamento para o projeto<ol style="list-style-type: none">5.1 Fontes de financiamento (BNDES, fundos privados, abertura de capital, etc.). Sistema Price (prestação constante). Sistema de Amortização Constante (SAC). Sistema de Amortização Mista (SAM). O Custo Médio Ponderado do Capital (CMPC ou WACC). O CAPM (Capital Asset Pricing Model, ou Modelo de Precificação de Ativos Financeiros).		
BIBLIOGRAFIA BÁSICA		
CAVALCANTI, Marly. Análise e elaboração de projetos de investimento de capital sob uma nova ótica. Curitiba-PR: Juruá, 2007.		
SOUZA, Acilon Batista de. Projetos de investimento de capital: elaboração, análise e tomada de decisão. São Paulo-SP: Atlas, 2003.		
WOILER, Samsão. Projetos: planejamento, elaboração, análise. 2. ed. São Paulo-SP: Atlas, 2008.		



BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BUARQUE, Cristovam; OCHOA, Hugo Javier. Avaliação econômica de projetos: uma apresentação didática. Rio de Janeiro-RJ: Campus, 1984.

CONTADOR, Claudio R. Projetos sociais: avaliação e prática: impacto ambiental externalidades, benefícios e custos sociais. 4. ed.ampl. São Paulo-SP: Atlas, 2000.

FINCH, Brian. Como redigir um plano de negócios. São Paulo-SP: Clio, 2006.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. Planejamento estratégico: conceitos, metodologias e prática. 8. ed. atual. ampl. São Paulo-SP: Atlas, 1994.

LINS, Gerardo E. Matemática financeira e correção monetária. Rio de Janeiro-RJ: APEC, 1975.
SUZIGAN, Wilson. Financiamento de projetos industriais no Brasil. Rio de Janeiro-RJ: IPEIA, 1972.

DISCIPLINA	FASE	CARGA HORÁRIA
TC - TRABALHO DE CURSO	4º	120
OBJETIVO		
Desenvolver um estudo onde o aluno seja o agente e ator da construção		
EMENTA		
Resolução do TCC. Pesquisa científica. Projeto de pesquisa. Etapas de elaboração do projeto da monografia. Banca de defesa do trabalho de conclusão.		
BIBLIOGRAFIA BÁSICA		
GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2002.		
LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. Técnicas de pesquisa: Planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2005.		
ROESCH, S. M. A. Projetos de Estágio e de Pesquisa em Administração: Guia para Estágios, Trabalhos de Conclusão, Dissertações e Estudos de Caso. 3. ed., São Paulo: Atlas, 2005.		
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR		
CASAROTTO FILHO, Nelson. Elaboração de Projetos Empresariais: Análise Estratégica, Estudo de Viabilidade e Plano de Negócio. São Paulo: Atlas, 2009.		
LIMA, M. C; OLIVO, S. Estágio Supervisionado e Trabalho de Conclusão de Curso. São Paulo: Thomson, 2007.		
MARTINS, G. de A. Guia para elaboração de monografias e trabalhos de conclusão de cursos. São Paulo: Atlas, 2000.		



GOVERNO DE
MATO GROSSO

ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
CAMPUS DE SINOP
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO



14 RECURSOS FINANCEIROS

Apresenta-se no anexo I desse projeto, as planilhas pertinentes aos Recursos Financeiros necessários para execução do Curso Tecnólogo em Gestão Comercial, Turma em Matupá (MT), sob gerenciamento da SECITEC (Secretaria de Estado de Ciência e Tecnologia) do Estado de Mato grosso.

RELAÇÃO DISCRIMINADA POR ELEMENTO DE DESPESA – 1º semestre 2017-2

Natureza da despesa	Meta/fase	Descrição do Objeto	Quantidade	Valor unitário	Valor total	Valor Concedente	Valor Proponente
Código	Especificação						
13.00	Obrigações Patronais	INSS patronal	1	7266	7266,00		
14.00	Diárias	3 diaria coordenação diaria professores	50 90	110,00 110,00	5500,00 9900,00		
30.00	Materiais de consumo	Material de escritório Combustível Material de limpeza	divs divs divs	3439,00 3,75 1500,00	3439,00 6750,00 1500,00		
35.00	Serviços de Consultoria	Serviços de consult., accomp. e exec. Projeto	1	9600,00	9600,00		
36.00	Pessoa Física	Bolsa Ensino- Fundamentos da Administração Bolsa Ensino – Economia e Mercado Bolsa Ensino – Matemática Comercial e Financeira Bolsa Ensino – Contabilidade Básica Bolsa Ensino - Comunicação Empresarial Bolsa Ensino - Administração Mercadológica I Bolsa Ensino Projeto Pedagógico Pro-labore Palestrante	60 60 60 60 60 60 60 1	80,00 80,00 80,00 80,00 80,00 80,00 80,00 1000,00	4800,00 4800,00 4800,00 4800,00 4800,00 4800,00 4800,00 26468,00		
39.00	Pessoa Jurídica	Manutenção equipamentos Serviços foto/equip Aluguel veículo	divs divs divs	1,00 135,00 7000,00	1000,00 24300,00		
52.00	Material Permanente	biblioteca computador Impressora Multifuncional Programas de Análise Pesquisa	80 20 2 divs	110,00 2900,00 1380,00 7000,00	8.800,00 58.000,00 2.760,00 7.000,00		
33.00	Passagens	Translado / professores Palestrante	42 2	45 700,00	1890,00 1400,00		



TOTAL	
	184873,00

Natureza da despesa		Especificação	Total	Concedente	Proponente	Saldo
Código	Elemento					
13.00	Obrigações Patronais		7.266,00			-
14.00	Diárias		15.400,00			
30.00	Material de Consumo		11.689,00			
33.00	Passagens		3.290,00			
35.00	Serviços de Consultoria		9.600,00			
36.00	Pessoa Física		34.600,00			
39.00	Pessoa Jurídica		26.468,00			
52.00	Material Permanente		76.560,00			
	TOTAL		184.873,00			-

MEMÓRIA DE CÁLCULO – MATERIAL DE CONSUMO

	Qtdade	P. Unitário	P. Total
Caneta	10	1,50	15,00
Lapis	5	1,00	5,00
Pincel Quadro Branco	25	4,50	112,50
Giz	1	3,50	3,50
Transparência	20	1,00	20,00
Papel Sulfite A4	20	15,00	300,00
Apagador	2	6,00	12,00
Cartucho impressora	5	115,00	575,00
Material de limpeza	12	3,00	36,00
Lâmpadas Retroprojetor	1	85,00	85,00
Combustível	500	3,15	1575,00
Peças e Acessórios	Divs	700,00	700,00
Total Geral.....			3439,00

MEMÓRIA DE CÁLCULO – SERVIÇOS DE TERCEIROS PESSOA JURÍDICA

	Qtdade	P. Unitário	P. Total
Fotocópias	1120	0,15	168,00
Conserto Equipamentos	Divs	1000,00	1000,00
Total Geral.....			1168,00

RELAÇÃO DISCRIMINADA POR ELEMENTO DE DESPESA – 1º semestre 2017-2

Natureza da despesa	Meta/fase	Descrição do Objeto	Quantidade	Valor unitário	Valor total	Valor Concedente	Valor Proponente
Código	Especificação						
13.00	Obrigações Patronais	INSS patronal	1	7266	7266,00	7266,00	
14.00	Diárias	3 diaria coordenação diaria professores	50 90	110,00 110,00	5500,00 9900,00	15400,00	
30.00	Materiais de consumo	Material de escritório Combustível Material de limpeza	divs 1800 divs	3439,00 3,75 1500,00	3439,00 6750,00 1500,00	11689,00	
35.00	Serviços de Consultoria	Serviços de consult., acomp. e exec. Projeto	1	9600,00	9600,00		
36.00	Pessoa Física	Bolsa Ensino- Fundamentos da Administração Bolsa Ensino – Economia e Mercado Bolsa Ensino – Matemática Comercial e Financeir Bolsa Ensino – Contabilidade Básica Bolsa Ensino - Comunicação Empresarial Bolsa Ensino - Administração Mercadológico I Bolsa Ensino Projeto Pedagógico Pro-labore Palestrante	60 60 60 60 60 60 60 1	80,00 80,00 80,00 80,00 80,00 80,00 80,00 1000,00	4800,00 4800,00 4800,00 4800,00 4800,00 4800,00 4800,00 26468,00		
39.00	Pessoa Jurídica	Manutenção equipamentos Serviços fotoc/equip	divs	1000,00	1000,00		
		Aluguel veículo	180	135,00	24300,00	76560,00	
52.00	Material Permanente	biblioteca computador Impressora Multifuncional Programas de Análise Pesquisa	80 20 2 divs	110,00 2900,00 1380,00 7000,00	8.800,00 58.000,00 2.760,00 7.000,00		
33.00	Passagens	Translado / professores Palestrante	42 2	45 700,00	1890,00 1400,00		



TOTAL									184873,00
-------	--	--	--	--	--	--	--	--	-----------

Natureza da despesa		Total	Concedente	Proponente	Saldo
Código	Especificação				
Elemento					-
13.00	Obrigações Patronais	7.266,00			
14.00	Diárias	15.400,00			
30.00	Material de Consumo	11.689,00			
33.00	Passagens	3.290,00			
35.00	Serviços de Consultoria	9.600,00			
36.00	Pessoa Física	34.600,00			
39.00	Pessoa Jurídica	26.468,00			
52.00	Material Permanente	76.560,00			
TOTAL		184.873,00	96000,00		-

MEMÓRIA DE CÁLCULO – MATERIAL DE CONSUMO

	Qtdade	P. Unitário	P. Total
Caneta	10	1,50	15,00
Lapis	5	1,00	5,00
Pincel Quadro Branco	25	4,50	112,50
Giz	1	3,50	3,50
Transparência	20	1,00	20,00
Papel Sulfite A4	20	15,00	300,00
Apagador	2	6,00	12,00
Cartucho impressora	5	115,00	575,00
Material de limpeza	12	3,00	36,00
Lâmpadas Retroprojetor	1	85,00	85,00
Combustível	500	3,15	1575,00
Peças e Acessórios	Divs	700,00	700,00
Total Geral.....			3439,00

MEMÓRIA DE CÁLCULO – SERVIÇOS DE TERCEIROS PESSOA JURÍDICA

	Qtdade	P. Unitário	P. Total
Fotocópias	1120	0,15	168,00
Conserto Equipamentos	Divs	1000,00	1000,00
Total Geral.....			1168,00





GOVERNO DO ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
CAMPUS DE SINOP



Ofício N.º 158/2017-ADM

Sinop-MT 06 de Setembro de 2017.

Prezado Senhor,

Ao cumprimentá-lo cordialmente, estamos encaminhando sob o protocolo nº 490150/2017, o Projeto Político Pedagógico do Curso Tecnólogo em Gestão Comercial – Unemat/Sinop-MT - TURMA MATUPÁ-MT e Parecer do Colegiado do Curso de Administração Campus de Sinop, assim solicitamos análise do Colegiado da Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas e encaminhamento ao Colegiado Superior.

Sendo o que tínhamos para o momento, subscrevemo-nos.

Atenciosamente,

RONALD FAVARES PIRES DA SILVA
Coordenador do curso de Administração
UNEMAT Campus de Sinop
Portaria nº 1280/2017

Ilmo. Sr.
Prof. Vandersezar Casturino
M.D. Diretor da Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas
UNEMAT SINOP



PARECER Nº 44/2017 – ADMINISTRAÇÃO

Partes Interessadas: Campus Universitário de Sinop – UNEMAT

Faculdade FACISA

Curso de Administração

ASSUNTO: Projeto Pedagógico do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial

HISTÓRICO: O professor Ronald T. Pires da Silva, coordenador do curso encaminhou ao colegiado de Administração o PPC do Curso a ser ofertado como Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, tendo o curso de Administração do Campus de Sinop como ofertante. O colegiado analisou a proposta pedagógica que foi considerada apta. O colegiado ainda observou alguns pontos sobre o processo administrativo, o qual fez as seguintes recomendações:

- I. Manter o mesmo valor da diária ao servidor estadual para deslocamento no Estado, vigente atualmente no valor de R\$ 180,00 (cento e oitenta reais);
- II. Acrescentar na proposta a previsão de técnicos da Unemat, Campus de Sinop para se responsabilizar pelos procedimentos administrativos ao longo do curso, até seu reconhecimento.

PARECER:

O Colegiado de Curso de Administração, no uso de suas atribuições legais, conforme Ata 12/2017, decidiu **APROVAR** o projeto.

Sinop – MT, 06 de setembro de 2017.



Prof. Dr. Ronald T. Pires da Silva
Presidente do Colegiado



GOVERNO DE
MATO GROSSO
ESTADO DE TRANSFORMAÇÃO

GOVERNO DO ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
CAMPUS DE SINOP



Ofício N.º 131/2017-FACISA

Sinop-MT 06 de Setembro de 2017.

Prezado Senhor,

Ao cumprimentá-lo cordialmente, estamos encaminhando sob o protocolo nº 490150/2017, o Projeto Político Pedagógico do Curso Tecnólogo em Gestão Comercial – Unemat/Sinop-MT - TURMA MATUPÁ-MT e Parecer do Colegiado da Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas Campus de Sinop, assim solicitamos análise do Colegiado Superior e demais trâmites.

Sendo o que tínhamos para o momento, subscrevemo-nos.

Atenciosamente,

VANDERSEZAR CASTURINO
Diretor da FACISA
UNEMAT – Campus de Sinop
Portaria nº.142/2017

Ilmo. Sr.
Prof. Dr. Marion Machado Cunha
M.D. Diretor Político Pedagógico e Financeiro
UNEMAT



PARECER Nº 40/2017- FACISA

PARTES INTERESSADAS: Campus Universitário de Sinop
Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas
Curso de Administração

ASSUNTO: Projeto Pedagógico do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial

HISTÓRICO: O professor Ronald T. Pires da Silva, coordenador do curso encaminhou ao colegiado de Administração o PPC do Curso a ser ofertado como Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, tendo o curso de Administração do Campus de Sinop como ofertante. O colegiado do curso de Administração analisou a proposta pedagógica que foi considerada apta. O colegiado da Facisa decidiu manter as recomendações do colegiado de curso conforme parecer 43/ADM e ainda recomenda:

- I. Indicar como forma de pagamento aos servidores (docentes ou técnicos) bolsa ou pró-labore;
- II. Incluir diárias para técnicos em despesas mínimas na planilha de orçamento;

PARECER:

O Colegiado da FACISA, no uso de suas atribuições legais, conforme consta em Ata nº. 07/2017, emite **PARECER FAVORÁVEL** ao referido.

Sinop - MT, 06 de setembro de 2017.

Prof. Ms. Vândersezar Casturino
Presidente do Colegiado



PARECER Nº 62/2017- REGIONAL

PARTES INTERESSADAS: Campus Universitário de Sinop
Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas
Curso de Administração

ASSUNTO: Projeto Pedagógico do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial

HISTÓRICO: O professor Ronald T. Pires da Silva, coordenador do curso encaminhou ao colegiado de Administração o PPC do Curso a ser ofertado como Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial no Município de Matupá, tendo o curso de Administração do Campus de Sinop como ofertante. O colegiado do curso de Administração e da Faculdade Facisa analisaram a proposta pedagógica que foi considerada apta. O colegiado da Regional decidiu manter as recomendações do colegiado de curso conforme parecer 44/ADM e 40/FACISA.

PARECER:

O Colegiado Regional, no uso de suas atribuições legais, conforme consta em **Ata Nº06/2017**, e histórico deste documento emite **PARECER FAVORÁVEL** à proposta.

Sinop - MT, 06 de Setembro de 2017.


Marion Machado Cunha
Presidente do Colegiado Regional



Parecer nº 016/2017 – AGFD/PROEG

Partes Interessadas: Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT)

Pró-Reitoria de Ensino de Graduação (PROEG)

Assessoria de Gestão de Formação Diferenciada

Câmpus Universitário de Sinop

Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas

Núcleo Pedagógico de Matupá - MT

ASSUNTO: Solicitação de aprovação do projeto pedagógico do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, na modalidade tecnológica/ Presencial, vinculado à Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, a ser ofertado pelo Câmpus Universitário de Sinop, no Núcleo Pedagógico de Matupá - MT.

HISTÓRICO:

A Pró-Reitoria de Ensino e Graduação – PROEG encaminha o processo de nº 490150/2017, solicitando a institucionalização do Projeto Pedagógico do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, na modalidade tecnológica/ Presencial, a ser ofertado pelo Câmpus Universitário de Sinop, no Núcleo Pedagógico de Matupá, município de Matupá/ MT.

Prevê-se a abertura do curso para o semestre letivo de 2018/1, com integralização em no mínimo 04 (quatro) semestres e no máximo 06 (seis) semestres, com a oferta de 50 (cinquenta) vagas, que serão preenchidas por meio de processo público de seleção - vestibular, regulamentado por edital próprio, organizado e realizado pela UNEMAT, para candidatos que tenham concluído o ensino médio.

O referido processo apresenta os quesitos necessários para criação e a implantação do curso, uma vez que ele está elaborado com base em documentos que são referências legais para o pleito, quais sejam:

- Resolução CNE/CP 3, que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a organização e o funcionamento dos cursos superiores de tecnologia ;
- Portaria nº 10, de 28 de julho de 2006, que aprova em extrato o Catálogo

Nacional dos Cursos Superiores de Tecnologia;

- Parecer CNE/CES Nº 239/2008, que indica a não obrigatoriedade das atividades complementares, Estágio Curricular Supervisionado e TCC nos cursos superiores de tecnologia;

- Parecer CNE/CES Nº 436/2001, que trata sobre os Cursos Superiores de Tecnologia – Formação de Tecnólogos;

- Parecer CNE/CES Nº 277/2006, que institui a nova forma de organização da Educação Profissional e Tecnológica de graduação, e demais documentos legislativos em vigência.

Constam, nos autos:

- O Projeto Pedagógico de Curso (PPC), com a carga horária de 1.600 (mil e seiscentas) horas, contemplando 06 (seis) eixos temáticos na matriz curricular, como seguem: Eixo 1 – Gestão e Comunicação, Eixo 2 - Mercadológica, Eixo 3 – Estratégia e Mercado, Eixo 4 – Gestão Financeira e Contábil, Eixo 5 – Pessoas, Eixo 6 – Teórico prático.

- Ofício n. 158 – 2017 – ADM, datado de 06 de setembro de 2017, com encaminhamento do processo ao Colegiado da Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas/ Sinop;

- Parecer n. 44/2017 – Administração, que emite parecer favorável ao pleito, com 02 (duas) recomendações;

Ofício n. 131/2017 – FACISA, datado de 06 de setembro de 2017, que encaminha o processo ao Colegiado Superior/ Sinop/ Diretor Político Pedagógico Financeiro;

- Parecer n. 40/2017 – FACISA, no qual emite parecer favorável ao pleito, reforçando as recomendações do parecer n. 44/2017 – ADM, somando-se ainda mais 02 (duas recomendações);

- Parecer n. 62/2017 – Regional, do Câmpus Universitário de Sinop, que emite parecer favorável à proposta, mantendo as recomendações dos pareceres anteriormente citados.

ANÁLISE:

Considerando que o Projeto Pedagógico do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial atende às legislações vigentes, bem como a pertinência das



GOVERNO DO ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO



recomendações elencadas, a Pró-reitoria de ensino de graduação exara parecer **FAVORÁVEL** à Institucionalização do referido projeto, **com a oferta de 50 (cinquenta)** vagas, encaminhando-se às instâncias competentes para providências junto ao CONEPE.

É O PARECER.

Cáceres, 21 de agosto de 2017.

Agnaldo Rodrigues
AGNALDO RODRIGUES DA SILVA
Assessor de Gestão de Formação Diferenciada
UNEMAT - PROEG
Portaria 2176/2016



GOVERNO DE
MATO GROSSO
ESTADO DE TRANSFORMAÇÃO

GOVERNO DO ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO



Ofício nº. 487/2017-PROEG/ATA

Cáceres, 12 de setembro de 2017.

**A Profª ANA MARIA DI RENZO
PRESIDENTE DO CONSELHO DE ENSINO, PESQUISA E EXTESSÃO – CONEPE
UNEMAT**

Prezada Professora,

Encaminhamos a V. Sª os processo abaixo relacionados referentes aos PPCs dos Cursos que deverão ser incluídos na pauta para apreciação no próximo CONEPE.

Curso	Protocolo
Tecnólogo em Gestão Comercial	490120/2017
Tecnólogo em Teatro	483459/2017
Graduação em Direito	291408/2017
Graduação em Direito	291427/2017
Tecnólogo em Gestão do Agronegócio	490174/2017

Sem mais para o momento, agradecemos a sempre o apoio, despedimo-nos cordialmente.

Atenciosamente

VERA LÚCIA DA ROCHA MAQUEÁ
Pró-Reitoria de Ensino de Graduação
UNEMAT-PROEG
Portaria 001/2015

*Recebido em 12/09/2017
Somente
ASEOC*

Pró-Reitoria de Ensino de Graduação - PROEG

Av. Tancredo Neves, 1095, CEP: 78.200-000 - Cáceres - MT

Tel/PABX: (65) 3211 2830 ou 3211 2831

www.unemat.br – Email: proeg@unemat.br

UNEMAT
Universidade do Estado de Mato Grosso